الإعلام والرأى العام



د/أحمد شاهين

مؤسسة طيبة

الإعلام والرأى العام

الدكتور

أحمد شاهين

الناشر

مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع

7شارع علام حسين – ميدان الظاهر - القاهرة

ت - 0227876470 /0227867198

فاكس / 0227876471

محمول / 0112155522 – 0191848808- 0106242622

الطبعة الاولى 2010

فهرسة اثناء النشر من دار الكتب والوثائق القومية المصرية

شاهين ، احمد .

الأعلام والراى العام / احمد شاهين . – ط 1 . –القاهرة :

مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع ، 2010

333 ص ؛ 24 سم .

تدمك : 0- 146- 431- 977- 978 .

1 – الأعلام . 2 – صحافة .

أ- العنوان 070,4

رقم الإيداع : 2010/22864

(يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوٓا۟ إِن جَآءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَإٍ فَتَبَيَّنُوٓا۟ أَن تُصِيبُوا۟
قَوْمًۢا بِجَهَـٰلَةٍ فَتُصْبِحُوا۟ عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَـٰدِمِينَ)

الحجرات 6

المقدمة

بسم الله الرحمن الرحيم

كل الصحف والمؤسسات الاعلامية صغيرها وكبيرها، تحرص على كسب ثقة الجمهور لصالحها وكلها تعمل بشكل متواصل للتعرف على آراء الجمهور ومده بالمعلومات لكسب ثقته وتأييده فتقوم بدراسة الجمهور وميوله واتجاهاته بصورة وافية لخلق ثقة ومصداقية تبادلية بينها وبين المتلقي وإيهامه أن ما قدّم له هو الحقيقة المطلقة والقول الفصل لتساهم فى بناء العلاقات العامة الطيبة مع الجمهور من خلال الدعاية والترويج لموضوع معين لاكتساب التأييد العام والرضا العام.

والرأي العام هو قوة حقيقية شأنها شأن الريح، له ضغط لا تراه ولكنه ذو ثقل عظيم، وهو كالريح لا تمسك بها ولكنك تحني لها الراس متطبعاً. ومع أن وجوده معنوي لا نراه، فإن ذلك لا ينقص شيئا من قوته، شأنه فى ذلك شأن الضغط الجوي الذي لا نراه ولكنه موجود.

والرأي جزء من منظومة متكاملة تبدأ بالمعلومات وتنتهي بالسلوك وتشمل (المعلومات والآراء والاتجاهات والقيم والمعتقدات والسلوك) .

وقد أدرك الإعلام مدى النفوذ الذي يفرضه الرأي العام على تصرفات الإنسان وحياته اليومية حتى مدى النفوذ الذي يفرضه الرأي العام على تصرفات الساسة فسارع فى عملية تشكيل وتكوين الرأي العام من خلال صياغة الأخبار وانتقائها والتركيز على بعض القضايا وإهمال بعضها ومن خلال الدعاية والتضخيم والتهويل مثل الحديث عن أسلحة بيولوجية تستهدف العرب دون غيرهم، وهذا يسمى أيضاً الخرافة ويقيس الإعلام بعد نشره لهذه الدعاية رد

فعل المستهدفين فإن وجدت تصديقاً بذلك إلى حد ما اطمأن القائمون على الدعاية إلى أن المستهدفين لا زالوا منقادين إليه عن طريق اللاوعي.

كما يستخدم الصورة الذهنية التي من خلالها يرسخ بعض الشخصيات فى الأذهان فلو ذكرنا كلمة صهيوني أمام مسلم تجده يستاء لسوء الصورة الذهنية ولكن لو ذكرت الكلمة ذاتها امام يهودي فإنه يستبشر لحسن الصورة فى ذهنه وهي قريبة من أسلوب الاختيار حيث يقوم القائمون على الاعلام عادة باختيار الحقائق التي تناسب أغراضهم من بين مجموعة كبيرة من الحقائق المركبة، وهم لا يعرضونها بكاملها أو حتى بأجزائها إلا بالقدر والطريقة التي تخدم أهدافهم واذا أراد أن يكشف من هذه الحقائق مضطراً وكانت تؤثر على مصالحه فإنه يعرضها بطريقة لا يمكن معها للمستمع أن يفهمها أو ان يستخلص منها نتائج.

من هنا جاء هذا الكتاب الذى بين أيدينا فى محاولة لعرض أهم وسائل الإعلام تأثيراً فى تكوين الرأى العام لدى الناس ، وكيفية توجيه الرأى العام والتلاعب بعقول البشر ؛ وكذلك كيفية توجيه الرأى العام توجيهاً إيجابياً لصالح الناس ، ومعرفة تقسيمات الرأى العام واهم تأثيراته فى مجريات الأحداث المحلية والعالمية .

المؤلف

الفصل الأول

النشأة والمفهوم والخصائص

التطور التاريخى
لمفهوم الرأى العام

أصبح الإعلام فى عصرنا علماً له قواعد وأصول ولم تعد الممارسات العملية وحدها كافية للتقدم فى مجالات الإعلام المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وسينما وغيرها من وسائل الاتصال. ولما كان عصرنا هو عصر التقدم والعلم الذي يحتم مسايرة الأفكار العالمية فى مختلف المجالات ، ويؤكد أن كل نهضته علمية لابد لها من الارتباط بالمستوى العالمي فى الفكر.

إن دراسة الموضوعات المتخصصة فى مجالات الإعلام على اختلافها وتعددها لابد وأن ترجع أولاً إلى معرفة الإنسان الذي تتعرض له وسائل الاتصال، ومعرفة هذا الإنسان هي دراسة الرأي العام ، وهذا بطبيعته يتطلب معرفة مدى تأثره بالدعاية والإعلام.

ولإعطاء تصور واضح عن مفهوم الرأي العام ارتأينا أن نستعرض فى البداية التطور التاريخي لهذا المفهوم من البداية إلى أن أصبح مصطلحاً شائع الاستعمال والتداول، فالأشياء توجد أولاً ثم تعرض أسماءها، ومنها الرأي العام فهو قديم قدم البشرية، وإن كان كاصطلاح من مصطلحات العصر الحديث الذي تعددت فيه وسائل التعبير عن هذا الرأي العام من الصحيفة إلى الإذاعة إلى التلفزيون.

وعندما اكتشف الإنسان الكتابة وما رافقها من ظهور الحضارات زادت أهمية الرأي العام، فكان حكام (سومر) و (بابل) و(آشور) يقيمون للرأي العام وزناً لا بأس به، كما تكشف آثار مصر القديمة عن إدراك واضح للرأي العام وتكشف عن أساليب راقية للتأثير فيه وتوجيهه الوجهة المطلوبة مثل (تأليه) الفرعون

وتقديس الكهان وتشييد المعابد وإقامة الأهرامات، ولم يكن هذا كله سوى أساليب متطورة للتأثير فى الراي العام.

كانت المدن اليونانية القديمة أول من أعطى للراي العام مجالاً واسعاً لتنظيم شؤون المجتمع.

لقد تحدث الرومان بعد ذلك عن (الآراء الشائعة) ووصلوا إلى مفهوم (صوت الجمهور او صوت الشعب) ، وإن الكلمات الإغريقية casa pfeme) nomos) واصطلاح (vxo populi) تدل على راي المواطنين الراغبين فى التأثير فى الأمور العامة. وكانت هناك عدة عوامل ساعدت على زيادة الراى العام .

العوامل التي ساعدت على زيادة الراي العام :

- قيام المدن ، وظهور التجمعات الجماهيرية الكبرى .
- قيام الثورة الصناعية ، قيام النظم الديمقراطية .
- التوسع فى الانتخاب ، تحرير المراة والعبيد .
- انتشار التعليم .
- ظاهرة الصالونات خاصة فى فرنسا ، والثورات . ونشوب الحروب.
- ظهور وسائل المواصلات والاتصال .

ثم جاءت الحضارة الإسلامية ومن خلال القواعد التي أرستها نستطيع القول، إنها قد اهتمت بالراي العام وأعطته سلطات كبيرة تصل إلى حد معصية الحاكم والثورة عليه، إن هو خرج عن حدود سلطته المحددة له، وقد وضع الإسلام أصولاً عامة منها (مبدأ الشورى) كما اعترف الإسلام بالحقوق والحريات كحق الملكية الفردية والجماعية. وأقام الإسلام حرية الراي وحرية العقيدة وغير ذلك من الحريات الأخرى.

وابتداء من كتابات ميكيافيلي (1469- 1527) حدث تطور معتبر فى الكيفية التي تناول الفكر الفلسفي ما يسمى (بالراي العام)، فقد اعتبره عنصراً يجب أن يؤخذ بالحسبان فى عملية الصراع من أجل السلطة.

فيما كان روسو (1712- 1778) أول فيلسوف يستخدم تعبير الراي العام ومن أهم كتابات روسو العديدة كتابه فى العقد الاجتماعي، ويمكن اعتبار الفكرة الأساسية وراء العقد الاجتماعي هو موضوع الوحدة... وحدة البناء الاجتماعي وذلك بإخضاع المصالح الخاصة للإدارة العامة. فالحكومة دورها مساعد لأن الإدارة العامة هي مجموع إرادة الشعب الذي يضع القوانين والحكومة ما هي إلا الأفراد الذين يقومون بتنفيذ القوانين، وواضح أن مفهوم إرادة الشعب يشير فى المعنى العملي التطبيقي إلى جوهر الراي العام فى معناه المعاصر. فى القرن الثامن عشر المسمى بـ (عصر التنوير) جاءت الثورة الأمريكية وبعدها الفرنسية كأبرز حدثين يعبران عن دور وقوة الراي العام.

ثم جاء القرن التاسع عشر الملىء بالأحداث والتغيرات حيث قامت الثورة الصناعية، وتطورت الكشوفات العلمية واختراع وسائل الاتصال الجديدة حتى أصبح الراي العام ذا سطوة وسلطان كبير، كان من نتائجه مطالبة العمال بوضع التشريعات التي تضمن حقوقهم ومصالحهم. وشهدت نهاية القرن التاسع عشر كتابات (جوستاف لوبون) العالم الاجتماعي الذي كان احد الأوائل الذين أدركوا فكرة (الجمهور) و (التكتل) الشعبي، وتأثيرها فى العمل السياسي.

وأخيراً جاء القرن العشرون فتُوج انتصارات الراي العام بمزيد من الانتصارات ذلك أن ظهور الراديو والتلفزيون والسينما قد جعل هذا القرن قرن الراي العام، وكان للحرب العالمية الأولى التي شهدها هذا القرن أثرهام فى تدعيم الراي العام فظهور الدراسات النفسية فى القارة الجديدة بعد هذه الحرب

التي ركزت على دراسة السلوك، قادت إلى اكتشاف ان اصل السلوك ما هو إلا بعض صور التهيؤ للعمل وأطلقت عليه مفهوم (المواقف) أو (الاتجاهات) وهذا المفهوم ليس إلا الراي العام فى جوهره، أو القاعدة التي يقوم عليها الرأي العام.

ومنذ بداية الثلاثينات بدأ ما يسمى بأبحاث قياس الراي العام حيث تقوم هذه الأبحاث بقياس المواقف وردود الأفعال على القضايا والموضوعات التي تشهدها الحياة السياسية والاجتماعية.

إن الأحداث الضخمة التي شهدها القرن العشرون والتي هزت الوجدان العالمي بأسره بدءاً من الحرب العالمية الأولى (1929-1932) والحرب العالمية الثانية، قد أثرت بهذا الشكل أو ذاك بالرأي العام وبدوره فى الحياة السياسية الوطنية والدولية ، وأصبح للرأي العام دور كبير فى صياغة الأحداث وفى توجيهها وبات أصحاب القرار السياسي يضعونه فى حساباتهم سواء صرحوا بذلك أم لم يصرحوا به.

تعريف الرأي العام

ومفهومه

من التعاريف الأجنبية :

- **تعريف دوب :**

هو مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء فى نفس المجموعة الاجتماعية نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم .

يعيب هذا التعريف : هو عدم توضيح الفكر المقصود بالناس هل مجموعهم أم غالبيتهم أم مجموعة منهم .

كما قد يفهم أن الاتجاهات ثابتة مع الآراء ، وهو ليس صحيحاً . ولم يناقش مناقشة الجمهور .

- **تعريف جولت :**

هو فهم معين للمصالح العامة الأساسية يتكون لدى كافة أعضاء الجماعة .

وينقص هذا التعريف ما يلي :

- **يقف عند حد الفهم فقط وهو اولى مراحل الراي العام .**
- **يشترط أن يتكون الفهم لدى كافة الأعضاء وهذا مستحيل .**
- **يتصف بالعمومية .**

- تعاريف البيج :

- هو الناتج عن عملية تفاعل الأشخاص فى اي شكل من اشكال الجماعة نحو موضوع معين يكون محل مناقشة فى جماعة ما .
- هو تعبير اعضاء الجماهير عن الموضوعات المختلفة عليها فيما بينهم .
- هو مجموعة الاتجاهات التي تسيطر على الجماعة إزاء مشكلة ما وتعبر عن راي الأغلبية .

ويتضح من هذه التعريفات ما يلي : لم يحدد تعريفاً واحداً جامعاً للراي العام ، فلم يحدد تعريفاً دقيقاً .

- تعريف يونج :

هو الحكم الاجتماعي لجماعة ذات وعي ذاتي على موضوع ذي أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة .

لا يعطي هذا التعريف مفهوماً واضحاً للرأي العام .

- تعريف أولبورت :

هو تعبير جمع كبير من الأفراد عن آرائهم فى موقف معين ، إما من تلقاء انفسهم او بناء على دعوة توجه إليهم تعبيراً مؤيداً أو معارضاً لمسألة معينة أو شخص معين أو اقتراح ذي أهمية واسعة .

النقد الموجه لهذا التعريف هو : أنه يركز على الرأي العام الفعلي لا الكامن . ولا يتضمن شيئاً عن عملية الاتصال ، أو عن قيادة الرأي العام أو دور الجماعات الأولية فى تكوين الرأي .

وقد عرَّفه (جيمس برايس) فى كتابه (الديمقراطيات الحديثة)، بأنه

اصطلاح مستخدم للتعبير عن مجموع الآراء التى يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر فى مصالحهم العامة و الخاصة .

من التعاريف العربية :

هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة فى قضية ما ذات اعتبار ما . يؤخذ على هذا التعريف : أن الحكم مرحلة ثانية للرأي العام اليومي الذي لا يصل إلى درجة الحكم .

مختار التهامي يقول : هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة نحو قضية معينة أو أكثر يحتدم حولها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مساً مباشراً .

ويوضح التهامي العناصر الأساسية فى تعريفه على النحو التالي :

- أغلبية الشعب .
- الواعية .
- فى فترة معينة .
- يحتدم حولها الجدل والنقاش .
- تمس مصالح الأغلبية .
- أو قيمها الإنسانية الأساسية .

وقد عُرفت الموسوعة الفلسفية الرأي العام بأنه: مجموعة معينة من الأفكار والمفاهيم التي تعبر عن مواقف مجموعة أو عدة مجموعات اجتماعية إزاء أحداث أو ظواهر من الحياة الاجتماعية إزاء نشاط الطبقات والأفراد.

ويعرِّفه معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه: وجهات النظر والشعور السائد بين جمهور معين فى وقت معين إزاء موقف أو مشكلة من المشكلات .

ويقول محمد منير فى كتاب أساسيات الراي العام : هو راي ذو تأثير معين انتهت إليه اغلبية جماعة معينة فى وقت محدد تجاه مسألة ما تتعلق باهتماماتها بعد مناقشة وحوار مستفيضين.

ويؤكد الباحث الإعلامي الدكتور محمد جاسم فلحي : أن الرأي العام إنما يعبر عن آراء الجماهير، بعد المناقشة والجدل بين الأفراد، فهو ليس اتجاهاً انفعالياً يصدر من الجمهور الهائج الذي يجتمع اجتماعا مؤقتا، وإنما هو حكم عقلي يصدر من جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالانتماء ويرتبطون بمصالح مشتركة، إزاء موقف من المواقف أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية.

الاتجاه والرأى العام

إن اتخاذ القرار عبارة عن عملية متكونة من عدة مراحل متسلسلة مع بعضها البعض، لكل مرحلة منها متطلباتها التي يجب أن تتوفر فيها، لكن القرار عرف على أنه اختيار بين مجموعة بدائل مطروحة لحل مشكلة ما أو أزمة أو تسيير عمل معين.

أما الاتجاه فهو أشبه مايكون بالقرار من ناحية كونه بحاجة إلى تاريخ (خلفية) لأجل أن يُتخذ (بالنسبة القرار) أو أن يسلك بالنسبة للاتجاه، وقد يكون الاتجاه قراراً عند بعض الأشخاص، كما لابد من أن يكون خلف القرار اتجاه.

بذلك يكون الاتجاه من بين أهم مواضيع علم النفس الاجتماعي المتعلقة بالحياة اليومية المعاشة، والمتصلة بشكلٍ مباشر بالإنسان وسلوكه، إذ تقول القاعدة النفسية، إن العقائد هي التي تقود السلوك (Beliefs drive (behaviors)(1

تعريفات الاتجاه :

عدنا إلى غنى العلوم الإنسانية وغنى علم النفس ومدارسه واتجاهاته التي تخرج إلينا بتعريفاتٍ عدة للاتجاه كما للمصطلحات الأخرى.

هنالك عدة تعريفات للاتجاه لعدد من علماء النفس نذكر منهم:
تعريف البورت Allport: حالة استعداد عقلي أو عصبي نُظّمت عن طريق الخبرات الشخصية تعمل على توجيه استجابات الفرد لكل تلك الأشياء والمواقف التي تتعلق بهذا الاستعداد.

تعريف غيلفورد Guilford: هو استعداد لتفضيل أو لعدم تفضيل نوعاً من الأمور أو الأعمال الاجتماعية، وهو من الناحية النفسية، ينطوي على اعتقادات كما وينطوي على مشاعر.

هناك تعاريف أخرى للاتجاه وقد يكون لكل منا تعريفه دون أن يختلف تعريفان من ناحية المضمون أو الجوهر، ونكتفي ان نذكر هنا تعريفاً أخيراً للدكتور أحمد الزق إذ يقول، الاتجاه هو اعتقاد أو شعور يهيىء الفرد للإستجابة بطريقة معينة للأشياء(4) ويقصد بالأشياء هنا الأفراد والأحداث.

مضامين الاتجاه (مكونات الاتجاه)

تنقسم مضامين الاتجاه إلى ثلاثة اقسام رئيسية :

1. العقلية (المعرفية) هي مجموع الأفكار والقناعات والاعتقادات المتعلقة بموضوع معين (اتجاه) يمتلكها صاحب الاتجاه، وتظهر واضحة لديه حينما يورده ليدفع إلى تسويغ اتجاهه، وهو الذي يطور اعتقاداته تجاه الأشياء.

2. العاطفية (الانفعالية) هي مجموع العواطف والمشاعر التي تظهر لدى صاحب الاتجاه فى تعامله مع موضوع معين متعلق بالاتجاه، وهي تظهر مدى (قياس) حبه لذلك الموضوع أو نفوره منه.

3. الإجرائية (السلوكية) يتمثل هذا المكوّن فى نزوع أو ميل صاحب الاتجاه إلى القيام بأنماط من السلوك تتصل بموضوع الاتجاه، وذلك حين تدعو الحاجة إلى مثل ذلك الإجراء أو يتوافر الموقف أو المجال الذي يقع فيه الشخص وموضوع اتجاهه.

إن هذه الفئات الثلاث مترابطة مع بعضها البعض وهي تشكل سويةً عموم

مضامين الاتجاه، لكن الباحثين عادةً مايشيرون الى أن المكوِّن العقلي هو الأعظم مكانةً من زميلاتها (المكونات الأخرى) لأجل بناء الاتجاه، وقد يكون السبب هو ان القيادة وتحديد الأولويات تقع على عاتق هذا المكون دون الآخرين.

تكوين الاتجاه وكيفية اكتسابه:

التاريخ بعلومه وحروبه وكل ما يحتوي من سلبيات وإيجابيات هو الذي حدد لنا شكل واقعنا اليوم وطريقة عيشنا ماهي إلى قراءة لذلك التاريخ ورؤية معاصرة للواقع.

كما للبشرية تاريخ (تاريخ مشترك)، فلكل فردٍ منا تاريخه الخاص به ايضاً (تاريخ شخصي)، وهذا التاريخ هو العامل الأكثر تأثيراً فى تحديد مكونات الإتجاه.

يتفق علماء النفس والباحثون على أن الاتجاه شيء مكتسب يعتمد اكتسابه على عدة عوامل منها الإيحاء والذي يعني "التأثير دون إقناع منطقي او امر او قسر لقبول رأي معين او احتضان اتجاه معين أو أداء فعل معين" والإيحاء عادةً ما يكون أكثر تأثيراً على الأطفال منهم على غيرهم والأتجاه يتشكل فى مراحله فى الطفولة عندما يلاحظ الطفل سلوك والديه تجاه الأشياء وما يترتب على عاتقهم من واجبات بسبب انتماءاتهم لجماعة أو فئة معينة، فيبدأ الطفل بالتقليد حتى قبل أن يحاول أهله تعليمه او انه يطلب ان يعلموه ما يفعلون.

فى المجتمعات ذات الانتماءات المختلفة كمجتمعاتنا الشرق أوسطية غالباً ما تنتهي النقاشات (بين العامة) حول مسائل الانتماء بقول احد الطرفين "ماذا افعل ولدت كذا وأنت ولدت كذا ولو كنت مكاني لكنت مثلي".

هنالك مبادئ تحكم عملية اكتساب الاتجاه فى مختلف مراحل حياة الفرد وهي :

1. الإشـراط الكلاسيكي : وقـد يـسمى إجـراءً عاطفيـاً أيـضاً، إذ يعـني أن يـصبح للفـرد روابـط عاطفيـة مـع أشـياء معينـة بظهورهـا تُـستثار هـذه العواطـف سواء كانت سلبية أم إيجابية، وبتكرار الاستثارة تتكون الخبرة التي تكون الاتجاه نحو الشيء.

2. الإشـراط الإجرائـي : مـدى قوة الاتجاه مـن خـلال مـا يُدعم بـه مـن آراء منطقية وتقبل لدى المجتمع سواء لفظياً أو بشكل غير لفظي.

3. الـتعلم بالملاحظـة (الـتعلم البـديلي، الـتعلم بالإنابـة Vicarious Learning) : وهو التعلم الذى يسميه بعض المصادر بالتعلم الإيحائي كما ورد فى سابقاً، وهي تتم من خلال مشاهدات الآخرين.

ثبت فـى أوائـل الستينيات فـى أحـد مراكـز الدراسـات عـن استطلاع للـرأي القـومي أن الفقـراء مـن الأمـريكيين البـيض كـانوا الأكثـر مـيلاً مـن غيرهـم لإظهار تعصبات شـديدة ضـد الـسود. وبالمثـل فـالفقراء مـن الـسود وغـير المتعلمين هـم الـذين يتمـسكون بمـشاعر الـشك وعـدم الثقـة والعـدوان ضـد البـيض مـن غيرهم.

لأن الـسلطة بغـض النظـر عـن نوعهـا تعطـي لـصاحبها قـدرة أكـبر علـى تحقيق مـصالحه ولأننـا جميعـاً نـسعى لأجـل تحقيـق مـصالحنا فمـن الطبيعـي أن تُخلـق المنافـسة الـتي تُظهـر علـى الـسطح فينـا صـفة العـدوان الـتي طالمـا نـسعى لإخفـائه، هـذا العـدوان بـدوره يعتمـد حجمـاً علـى مـدى تعصبنا لاتجاهاتنـا.

خصائص الاتجاه :

المكوّن المعرفى للاتجاه : وهو يتضمن لكل ما لدى الفرد من عمليات إدراكية و معتقدات و افكار تتعلق بموضوع الاتجاه .. كما يشمل ما لديه من حجج تقف وراء تقبله لموضوع الاتجاه .. و يكون ذلك اكتسبه من العديد من مصادر المعرفة من المدرسة و المكتبة و الجامعة و الإعلام بكل أنواعه .. فتتكون عنده كل المعلومات التي تؤكد له إيمانه باتجاهاته الفكرية و العملية.

المكوّن العاطفي للاتجاه : و يستدل على المكون العاطفي للاتجاه من خلال مشاعر الشخص و رغباته نحو الموضوع و من إقباله عليه أو من نفوره منه .. و حبه او كره له .. و تختلف الأسباب النفسية لهذا الميل من شخص لآخر مثال على ذلك قد نجد شخصين لهما نفس الاتجاه فالشخص الأول يميل إليه لأنه يحبه و الأخر مضطر الميل له خوفاً على حياته .. وهذا يتضح مثلاً عند الانتخابات الرئاسية للدول الديكتاتورية ففي العراق تم تصويت لصدام بنسبة 99 ٪ .. على الرغم من أن ثلاثة أرباع الشعب العراقي لم يكونوا يريدون انتخابه .. فصوتوا له خوفاً على حياتهم و مصدر رزقهم .. أما الربع الأخير فصوتوا حباً له و تقدير و لشعورهم بانه حكام يستحق الجلوس على كرسي الرئاسة.

المكوّن السلوكي للاتجاه : يتضح المكون السلوكي للاتجاه فى الاستجابة العملية نحو موضوع الاتجاه بطريقة ما .. فإذا كانت لدى الفرد معتقدات سالبة عن أعضاء جماعة من الجماعات .. فإنه بالتالي يتحاشى اللقاء بهم أو يوجه إليهم العقاب .. بأي صورة من الصور .. إذا كانت معتقداته إيجابية فإنه يكون مستعداً للتفاعل معهم أو تقديم المساعدة إليهم .. و مثال أن الفرد الذي لديه معتقدات سالبة عن الاختلاط فى مجال العمل و أن المراة ستجد صعوبة فى التعامل مع الرجال حيث من الممكن ان يتحرش بها الرجال أثناء أدائها

لعملها مما قد يؤثر على سمعتها فى المجتمع .. فهو لا يرضى على زوجته أو ابنته الخوض فى مجال العمل المختلطة ويحاولون أصحاب هذا المعتقد بأنهم يشوهون سمعة الفتاة التي تعمل فى مثل هذه الأماكن بأنها عار عليها و على اسرتها وقد يتحاشون التحدث معها لأنها خرجت عن العرف المتبع ..

و هناك أشخاص لديهم معتقدات إيجابية فى نفس المثل اي فى موضوع عمل المرأة مع الرجال بأنه امر عادى يواكب التطور وحاجة المجتمع فالمرأة اصبحت لها دور فعال وإيجابي و هى تحتاج الى الوظيفة لاثبات ذاتها وصون نفسها من العوز و مد يدها إلى الآخرين فى حالة عدم وجود أب أو زوج يصرف عليها و أن عملها فى مكان فيه رجال لا يقلل من احترامها لنفسها أو لأهلها او لمجتمعها .. فهى تساعد على تقدم المجتمع نحو الأفضل .. و أنها قد تتعرض نعم لمضايقات و لكن الفتاة الخلوقة تستطيع أن تجنب نفسها الوقوع فى هذه المشكلة ..فأصحاب هذا الاعتقاد ينادون بحرية المرأة فى النجاح والتفوق.

اثر الاتجاه فى الآراء والسلوك:

يقود اتجاه الفرد رأيه فى الأفراد الآخرين والأحداث المختلفة، وقد يكون الراي سلباً أو ايجاباً، فالراي هو حكم أو وجهة نظر فى موضوع معين، وهو اعتقاد يأخذ به الفرد على أساس من المعرفة والواقع بينما الحقيقة فغالباً مايعبر الفرد عن آرائه على اساس ما يملي عليه اتجاهه وهذا الاتجاه هو جزء من واقع ذاتي يتدخل فيه عواطفه اكثر مما يتوقع، وهو عند بعض الأفراد يصل مرحلة التعصب التي عادةً ما تزرع بذورها فى المرحلة الأولى لتكوين الاتجاه التي تتكون بالأصل من ثلاث مراحل كالتالي :

1. المرحلة الأولى (المرحلة الإدراكية) : هي مرحلة اتصال الفرد بشكل

مباشر مع بعض عناصر البيئتين الطبيعية والاجتماعية، كاوالوالدين.

2. المرحلة الثانية (مرحلة الميل) : هي مرحلة الميل نحو الأشياء، أي ان لا يرضى الفرد بكل شيء يتقدم له رغم حاجته له بل يفضل ان يُقدم له ما يميل إليه.

3. المرحلة الثالثة (مرحلة الثبوت) : تعني تبيان الشكل الذي أصبح عليه الاتجاه وثبوت الميل نحو الأشياء، والثبوت هو المرحلة الأخيرة لتشكيل الاتجاه.

تؤثر الاتجاهات بشكل كبير على آراء وسلوك الفرد فهي تحدد مدى تفاعله مع غيره ممن يختلفون معه أو يتشابهون بالأراء، وهذا التفاعل ينقلب على سلوكهم تجاه بعضهم البعض ليدفع بهم إلى الاختلاف فى ممارسة الأنشطة المتشابهة.

بما أن كل اتجاه ينضوي على رأي، ويتضمن حكماً بالقبول والرفض أو الموافقة والمعارضة فإن آراء الفرد تعطي فكرة يعبر بها عن اتجاهاته النفسية، لذلك تُدرس الاتجاهات العامة (اتجاهات الجماعة) غالباً عن طريق استطلاعات الراي الجماعية للحصول على رأي عام.

تغيُّر الاتجاه:

الحركة المستمرة للحياة تفرض على الفرد التغيير اعتماداً على الحاجة، سواء حاجته الشخصية أو حاجة المجتمع، فالحاجة تعتبر عاملاً رئيسياً من عوامل التغير فى الاتجاه .

وقد أجريت دراسات كثيرة على عملية تغيير الاتجاه فقد توصل الباحثون إلى أن محاولة تغير الاتجاه عن طريق القاء المحاضرات أو بالجدل المنطقي قليل

الجدوى ، وقد توصلت هذه الدراسات إلى وجود ثلاث مجموعات من العوامل يمكن أن تؤثر على عملية التغيير وهي:

1. خصائص الفرد (المراد تغيير اتجاهه، مستقبل الرسالة) : لأجل تغيير اتجاه شخص معين ، فمن الضروري معرفة مستواه المعرفي ومدى قدرته على التفكير بالمطروح عليه من اتجاه جديد، ومن ثم محاولة إقناعه عن طريق أحد مساري الإقناع وهما:

- أولاً : المسار المركزي للإقناع :

يركز هذا المسار على النقاش المنطقي المتعمق للقضية التي يراد تكوين اتجاه بشأنها، عندما يكون مستقبل الرسالة مدفوعاً للتفكير فى القضية من ناحية وقادر على التكبر بها ومعالجتها من ناحية أخرى.

- ثانياً : المسار السطحي للإقناع :

يركز هذا المسار على الخصائص السطحية للرسالة، مثل مدى جاذبية عرض الرسالة والمظاهر التعزيزية للرسالة أو لمقدمها، عندما لا يكون المستقبل مهتماً كثيراً فى القضية أو غير قادر على النظر فى القضية بعمق لأسباب متعددة منها ضعف مهارته على التفكير فى مثل هذا النوع من القضايا، أو نقص الخبرة فى مجال القضية.

2. خصائص الرسالة (الاتجاه الجديد) : هناك عاملان رئيسيان لخصائص الرسالة وهما:

- أولاً: التوازن :

اي تقديم نقاط قوة وضعف الرسالة التي تطرحها، لضمانة عدم تغيير

اتجاهاتهم بسهولة مستقبلاً.

- ثانياً: تكرار الرسالة:

التكرار المتوازن (الغير ممل) لطرح رسالة معينة على الفرد المراد تغيير اتجاهه قد يأتي بنتائج إيجابية، فتعريض الأفراد إلى مثير ما، يمكن أن يزيد من من تعلقهم به، فكثرة معاشرة الأهل هي أهم أسباب تعلق الفرد بهم.

3. خصائص مقدم الرسالة (المصدر) : لمقدم الرسالة دور بارز في التأثير على تغيير اتجاه المستقبل من خلال نقطتين أساسيتين هما:

- أولاً: الموثوقية:

الفرد اكثر ميلاً لتقبُّل رسالة ما وتغيير اتجاهه إذ نقلت له الرسالة عبر من يثق به.

- ثانياً: المحبة:

يمكن أن يغير الفرد اتجاهه إذا نقل له من يحب الرسالة، خاصة إذا كان يحاول إقناع أفراد بموقف غير مهم أو مرفوض لديهم.

حدث أن غيرت عائلة اتجاهها عندما غيرٌ رب العائلة اتجاهه العقائدي رغم أن غالبية أفرادها كانوا من الراشدين الذين انقلبوا من متعصبين لاتجاههم القديم إلى متعصبين لنقيضه الجديد.

هنالك العديد من الاتجاهات الجماعية التي تحتوي داخلها اتجاهات فرعية مختلفة داخل كل إتجاه منها اتجاهات فردية تختلف من فردٍ إلى آخر، لكن يبقى الاتجاه الأكثر خطورةً هو الذي لا يعترف صاحبه بغيره اتجاهاً.

خصائص الرأى العام وقواعده

وتقسيماته

إن اهم ما يميز الراي هو مجموعة من الخصائص التي من شأنها ان تحكم جوهره:

1. إن الراي عمل من اعمال الإرادة وعلى هذا الأساس فإن الموقف إزاء الكوارث الطبيعية لا يمكن أن يسمى رأياً.

2. يتميز الراي بارتباطه بالوعي..إن الراي يوجد عندما تُطرح امام الشخص أو أمام اعضاء الجماعة قضايا فتتجاوز بتأثيرها نطاق العواطف لتدخل نطاق الوعي وهذا التجاوز هو الذي يتيح فرصة ضمان ثبات الراي ووضوحه.

3. فالراي أكثر من مجرد انطباع وبنفس الوقت لا يصل إلى مرحلة اليقين أو الحقيقة الشاملة.

4. الراي العام هو راي جماعي لا يشترط ان يكون رأياً إجماعياً ومعنى ذلك أن الراي الجماعي اي راي الجماعة اي محصلة تفاعل آراء الجماعة من مؤيدين ومعارضين على السواء. ولا يشترط فى الراي العام أن يكون رأيا إجماعياً اي انه لا يشترط ان يتوفر الإجماع التام بين أفراد الجمهور، ذلك ان الإجماع العام يكون فى اغلب الأحيان مبنياً على العرف والتقاليد والعادات ، أما الراي العام فأساسه الحوار والنقاش واحتكاك الأفكار وتفاعل الآراء، فالراي العام كراي موحد للجماعة ، امر لا يمكن تصوره حتى اثناء مراحل كفاح الشعوب ونضالها من أجل كيانها وحياتها ، ويرجع ذلك إلى اختلاف الجماعات فى الشعب الواحد وإلى وجود فروق واضحة بين أعضاء المجتمع

الواحد ، وقد أكد هذا الاتجاه كل من Park و Burgess و Ross . وهذا يعني أن الراي العام هو الراي الغالب على ما حوله من آراء أخرى فى جماعة معينة أو جمهور نوعي معين.

5. الراي العام يظهر حينما يقع حدث معين أو تثار قضية ويتصل هذا الحدث او تلك القضية باهتمامات ومصالح الجمهور.

6. الراي العام يتكون ويتبلور من خلال التفاعل بين الآراء المتعارضة داخل الجماعة ، وهذا يعني أن كل فرد من أفراد الجماعة قد يكون له رأي معين بالنسبة للقضية أو المسألة المثارة إلا أن الراي العام ليس حاصل جمع هذه الآراء ، ولكن يشترط ضرورة التفاعل والحوار والجدل والمناقشة بين هذه الآراء المختلفة ، ومن خلال هذه المناقشات يتبلور الراي العام فهو بذلك يعد ثمرة لتفاعل آراء افراد الجمهور حول مسالة معينة.

7. الراي العام لا يفرض على الجماهير فرضاً ، بل هو تعبير إرادي وهو رد فعل واستجابة لمثيرات معينة فى المجال السلوكي للجماعة ، ويؤكد ذلك Trotski حيث يقول " إن البعض يتهمنا بخلق الراي عند الجماهير ، وهذا الاتهام غير صحيح وكل ما هنالك أننا نحاول صياغته وهذا يعني أن الراي العام يظهر بصورة تلقائية فما إن تظهر مشكلة أو قضية تمس مصالح الجماهير واهتماماتهم سرعان ما يتبلور لهذه الجماهير راي نطلق عليه الراي العام" .

8. الراي العام يتصف بالحركة والتغير من فترة زمنية إلى فترة زمنية اخرى، وهو فى ذلك يختلف عن الاتجاه الذي يتصف بالاستمرارية لفترة طويلة لاتصاله اتصالاً وثيقاً بالتراث الثقافي من عادات وتقاليد.

لقد أطلق العالم الأمريكي (ليوكومب) فى كتابه علم النفس الاجتماعي مصطلح (الاتجاهات الجماعية) على الرأي العام، وعلى الرغم من اننا غالباً ما نجد فى الراي علامة فى الاتجاه والراي العام من غير اتجاه.

فالاتجاه هو استعداد نفسي لاستجابة سلوكية معينة تجاه موقف معين لم يتحدد بعد، إن الاتجاه كامن إذا توفر أحد شروط الراي العام وهو أن يكون ظاهراً، إلا ان الاتجاه له تأثير توجيهي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تستثير هذه الاستجابة.

والراي يقسم إلى (الراي الشخصي) و (الراي الخاص) .

أما الرأي الشخصي: فهو ذلك الرأي الذي يكوّنه الفرد لنفسه في موضوع معين بعد تفكير فى هذا الموضوع ويجاهر به دون أن يخشى شيئاً.

أما الرأي الخاص: فهو ذلك الجزء من الراي الشخصي الذي لا يجاهر به الشخص، أمام الناس ولكنه يحتفظ به لنفسه خشية أن يعرض نفسه للخطر وتظهر أهميته فى الانتخابات والاقتراعات السرية.

أما كلمة (عام): فإنها تشير إلى المسائل والمصالح المشتركة والشؤون التي يشترك فى الاهتمام بها كل أو أغلب الأعضاء البالغين فى جماعة أو أمة.

قواعد الراى العام :

من خلال هذا فإننا نستطيع أن نتبين قواعد عامة تحكم الرأي العام وهي:

1. الراي العام موقف اختباري يتخذه المرء إزاء قضية مثيرة للجدل.
2. ان يكون ظاهراً، فشرط الراي العام هو التعبير عنه.

3. يتصف بالديناميكية والحركة، أي أنه استجابة لمعطيات الحياة المتنوعة، فهو بذلك يختلف عن العقائد التي تتصف بالثبات والاستقرار.

4. الرأي العام نتاج اجتماعي لعملية اتصال متبادل بين العديد من الجماعات والأفراد في المجتمع، ويشترط وجوده اتفاقاً موضوعياً كما يفترض المناقشة العلنية لموضوع الرأي العام.

5. يستمد الرأي العام شكله من الإطار الاجتماعي الذي يتحرك بداخله.

6. إن الرأي العام يمثل آراء جمع كبير من الأفراد، وأن هذه الآراء تتصل بالمسائل المختلف عليها وذات الصالح العام، وإن هذه الآراء لا تمارس تأثيراً على سلوك الأفراد والجماعات السياسية الحكومية.

تقسيمات الرأي العام:

خرج الباحثون بتقسيمات للرأي العام وعلى شروط أو ملامح معينة، ولعل من أبرز هذه التقسيمات هي:

أولاً: التقسيم الزمني:

- رأي عام يومي: وهو الفكرة اليومية التي يعتنقها معظم الناس نتيجة لحادث مفاجىء أو كارثة حلت بالجماعة وهو رأي متقلب سريع التغيير.

- رأي عام مؤقت: وهو محدد بعوامل زمنية تمثله منظمات معينة كالأحزاب.

- راي عام دائم :ويتركز على اسس تأريخية وثقافية ودينية ويمتاز هذا الراي بأنه اكثر تأثيراً في الناس كما يمتاز بالاستقرار والثبات.

ثانياً: التقسيم الكمي:

- الراي الساحق: وهو راي اكثرية الجماعة ويتكون غالباً نتيجة لاندفاع الجماهير وحماسها إزاء مسالة معينة ونادراً ما يكون نتيجة الدرس والبحث والرؤية.
- راي الأغلبية : ويمثل ما يزيد عن نصف الجماعة وهو راي الأغلبية الفعالة ذات التأثير.
- راي الأقلية: وهذا الراي يمثل ما يقل عن النصف فى الجماعة ولكن ليس معنى هذا بلا قيمة فقد يضم راي بعض الصفوة وقد يصبح أحياناً راى الأغلبية.
- الراي الائتلافى: هو ائتلاف بعض الآراء فى الجماعة إزاء مشكلة معينة فى وقت محدد تحت ضغط ظروف خاصة مايستلزم وجود هذا الراي الائتلافى.
- الراي العام الكامن: هو الذي لم يظهر بعد بصراحة وبوضوح وإيجابية.
- الراي العام الفعلي(او الواقعي) : وهو الذي يتحول إلى سلوك فعلي واقعي كإحداث تغيير اجتماعي أو كما يحدث فى إضراب أو ثورة.

- الرأي العام المستتر (أو الباطن): هو الذي لايفصح عنه ولايعبر عنه نتيجة خوف الجماعة من عواقب التعبير عنه لتعارضه مع الاوضاع الدستورية أو القانونية أو مع المعايير الاجتماعية المتعارف عليها.
- الرأي العام الصريح(أو الظاهر):هو الذي يعبر صراحة عن آراء الناس واتجاهاتهم ويعبر عنه صراحة وجهراً فى حرية وبدون خوف.
- الرأي العام الثابت(نسبياً): هو الذي ينبع من العادات والتقاليد ويكون ثابتاً بمعنى أنه سيستمر ولايتغير إلا بعد وقت طويل.
- الرأي العام المتغير: هو الذي ينبع من التأثر بالإعلام والإعلان والدعاية ويسهل التأثير فيه وتغييره بسرعة فلا يستمر.
- الرأي العام الكلي: وهو الرأي العمومي الجامع التقليدي المستمر أو المتوارث الناشئ عن العوامل الحضارية والثقافية للمجتمع ومن أهمها نظام التربية والتنشئة الاجتماعية والدين والتقاليد.
- الرأي العام الوقتي : هو الذي يظهر حيال مشكلة وقتية وهو غير مستمر ويتأثر بسهولة بوسائل الإعلام والشائعات والإعلان.
- الرأي العام المؤقت: هو الذي يقوم حسب الانتماء لجماعة معينة أو إزاء موضوع محدد وفي وقت محدد وينتهي بانتهاء المؤثر.

- الرأي العام اليومي: هو الذي يتأثر بالأحداث اليومية ومجريات الأمور اليومية وتؤثر فيه وسائل الإعلام والمصالح المباشرة للأفراد والجماعات.
- الرأي العام الرائد: هو الذي يؤثر فى الإعلام والدعاية والإعلان ولا يتأثر بها.
- الرأي العام القائد: هو الذي يمثله القادة والصفوة والمفكرون والعلماء والساسة.
- الرأي العام المثقف: هو الذي يمثله جماعة المثقفين وأساسه درجة الثقافة والتعليم ويؤثر فى ماهو اقل منه درجة من حيث الثقافة والتعليم.
- الرأي العام المنساق(او المنقاد): وهو رأي السواد الأعظم الذي ينساق أو ينقاد للرأي العام الرائد أو المثقف وتؤثر فيه أجهزة الإعلام والدعاية و الإعلان ويتأثر بالشائعات.
- الرأي العام فى الجو التسلطي: هو الذي يقوم فى إطار استبدادي ويوجهه عنصر دخيل على جماعة أو له مصلحة تتعارض مع مصلحة الجماعة .
- الرأي العام المضلل: هو الذي يتكون بتأثير الدعاية والشائعات ودسّ معلومات غير صحيحة.

تصنيف الرأي العام من حيث الانتشار:

- راي عام نوعي : هو الرأي الذي يعبر عن اهتمامات مشتركة

ومتشابهة بالنسبة لمجموعة ما إزاء قضية تتعلق بمصالح هذه الفئة[1] .

- راي عام وطني : يقتصر على الوطن أو الدولة المتواجد بها كأن نقول الرأي العام الجزائري .
- راي عام إقليمي : يسود مجموعة من الشعوب تتجاور جغرافياً تربطهم مصالح مشتركة مثل الرأي العام المغاربي أو الرأي العام الأوربي.
- راي عام عالمي : يعكس اهتمامات يشترك فيها أكثر من مجتمع يتشكل تدريجياً حول مشكلات وطنية مشتركة من عدد كبير من البلدان وقضايا ذات نطاق دولي مثل الأزمات العالمية [2].

---

[1] محمد بهجت كشك: العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية، ص72-

[2] جمال مجاهد: الرأي العام وقياسه،دار المعرفة الجامعية،الأزاريطة ، ص39

الفصل الثانى

مكونات ووظائف الرأى العام

مكونات الرأي العام

الواقع ان عملية تكوين الراي العام من العمليات المعقدة التي تضرب بجذورها فى مجالات مختلفة، ويتكون الراي العام نتيجة التفاعل بين مجموعة من العناصر الفسيولوجية والوظيفية والاجتماعية والنفسية المتداخلة بحيث يمارس كل منها اثرها فى تكوين الراي العام وهذه العوامل هي:

اولاً : العوامل الفسيولوجية الوظيفية :

فهناك مثلاً سمات جسمية تؤثر على عقلية الفرد وأفكاره ، فالمريض تكون افكاره عليلة، وقد تكون نظرته للحياة متشائمة ومن الدراسات الهامة في هذا المجال بحث تأثير فصائل الدم ، والعصارات القلوية والحمضية وأثرها فى شخصية الإنسان ، كما أجريت أبحاث كثيرة تدور حول السمات الجسمية الأخرى مثل خصائص الجمجمة التي عني بها علماء الجريمة من أمثال لومبروزو بدراستها وقد اتضح أخيراً أن الغدد الصماء وما تفرزه من هرمونات تؤثر تأثيراً مباشراً على نفسية الفرد ، فعندما يزداد نشاط الغدة الدرقية مثلاً يصبح الفرد متوترا وقليل الاستمرار وسريع الغضب .

ثانياً : العوامل النفسية:

هناك عوامل نفسية تؤثر فى الفرد وفى سلوكه ، فقد يكون الإنسان متصفاً بالحب لأن غريزة الخوف قوية لديه أو أنه لم يكتسب بعد صفات التسامي والإعلاء sublimation ، وتلعب الأهواء دورا بالغ الأهمية فى بلورة الرأي العام وذلك حسب الظروف السائدة ففي غمرة الحرب مثلاً يتقبل الناس آراء ويعتقدون فى صحتها وأهميتها، بينما يشكون فيها وقت السلم أي فى الظروف العادية وحتى فى الأحوال العادية يتأثر الرأي العام بأفكار لا شعورية

دون أن يعرف الناس ، فاللاشعور يؤثر فى توجيه أفكارنا وآرائنا بصدد عمل أو حادثة أو فكرة ، وذلك تبعاً لخبراتنا السابقة لما مر بنا من انفعالات وصدمات.

ثالثاً : العوامل الثقافية:

وهي تمثل مجموع العادات والتقاليد والقيم وأساليب الحياة التي تنظم حياة الإنسان داخل البيئة التي يعيش فيها، فأفكار الشخص الذي نشأ فى بيئة مترفة غير الشخص الذي نشأ فى بيئة مغايرة وللعادات المكتسبة أثناء عملية التنشئة الاجتماعية المختلفة لها أثرها على ما يصدره الفرد من أحكام ومما لاشك فيه أن الدين والتعليم والعادات المكتسبة تؤثر فى نفسية الفرد وما يصدر عنه من أفكار وآراء ويتأثر الرأي العام تأثراً شديداً باتجاهات الجماعة الأولية وقيمتها، وهكذا فإن الثقافة تعد من أخطر العوامل المؤثرة فى الرأي العام تجاه موضوع معين ، ومثال ذلك أن كراهية الأمريكيين البيض للزنوج كانت نتيجة عناصر ثقافية خضعوا لها فى الماضي حيث ظروف الثقافة التي يتعرض لها الطفل الأمريكي تكسبه الاتجاه العدائي ضد الزنوج.

رابعاً : النسق السياسي:

تسمح الديمقراطية بذيوع وانتشار الرأي العام ولا تعمل هيئات فى الخفاء، كما تعمل الديمقراطية على قيام حرية الفكر والاجتماع والتعبير عن الراي بين أفراد المجتمع وذلك على عكس ما هو موجود فى ظل الدكتاتورية وبالإضافة إلى ذلك فإن الحريات العامة وهي حرية الرأي وحرية الصحافة والكتابة وحرية الاجتماع والعمل وغيرها تعد من مكونات الرأي العام . ويعتبر وجود القادة الذين يتميزون بالقدرة على التأثير على الآخرين من العوامل الهامة فى تكوين الرأي العام وذلك لما يتميزون به من قدرة على معرفة الرأي العام و معرفة بأحاسيس الجماهير .

وحينما تتوفر ثقة الجماهير فى القادة فإنه يصبح أداة قوية وفعالة فى تغيير اتجاهات الجماهير والتأثير فيهم وتكوين الراي العام الذي يؤيد القضايا التي يدعو إليها.

خامساً : الأحداث والمشكلات:

تعتبر الحوادث والمشكلات والأزمات التي يتعرض لها مجتمع معين من العوامل التي تعمل على تكوين اتجاهات جديدة للراي العام ، فمهما قيل عن عبقرية جوبلز فالحقيقة انه لا هتلر ولا جوبلز و لا غيرهما من الدعاة والعباقرة كانوا يستطيعون تحويل ألمانيا إلى النازية دون الاعتماد على الأزمة الاقتصادية والشعور بالقلق وعدم الأمن بين صفوف الألمان فالتغيير الثوري ليس حركة فجائية تحدث فى فراغ ولكنه تعبير عن ظروف موضوعية وأحداث سياسية واقتصادية واقعية ولهذه الأسباب نجحت الثورة الشيوعية فى الاتحاد السوفيتي و امكن صياغة الوعي الجديد بين طبقة العمال ، وقد يكون الرأي العام مؤقتاً كالذي يحدث نتيجة مشكلة بين أصحاب العمل والعمال عند مناقشة الأجور مثلاً ففي هذه الحالة يزول الرأي العام بزوال المشكلة.

سادساً : الإعلام والدعاية:

الإعلام هو العمليات التي يترتب عليها نشر المعلومات وأخبار معينة تقوم على أساس الصدق والصراحة ، واحترام لقول الجماهير وتكوين الرأي العام عن طريق تنويره ، اما الدعاية فهي العمليات التي تحاول تكوين الراي العام عن طريق التأثير فى شخصيات الأفراد من خلال دوافعهم وانفعالاتهم ومفاجآتهم بالأخبار والتهويل فيها وتقديم الوعود الكاذبة، ومن هنا فإن كلاً من الإعلام والدعاية ووسائل الاتصال والصحافة وإذاعة ومسرح وسينما واجتماعات عامة تعد قوة إيجابية فعالة لها تأثيرها الناجح فى تكوين الرأي العام فالدعاية عجلت

من هزيمة الألمان فى الحربين العالميتين ، كما تلجأ بعض أجهزة الدعاية السياسية إلى جعل بعض الجماعات الثانوية كالاتحادات المهنية والطلابية والجمعيات الدينية مَنَاف أو مسارب تسري فيها الدعاية الحربية وتعزز اتجاهاتها.

سابعاً : الشائعات:

وهذه الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات التي يتبادلها الناس و يتناقلونها دون التثبت من صحتها أو التحقق من صدقها . ويميل كثير من الناس إلى تصديق ما يسمعونه ثم يأخذون فى ترديده ونقله وقد يضيفون إليه بعض التفصيلات الجديدة [1].

---

(1) حسين عبد الحميد أحمد رشوان: العلاقات العامة والإعلام، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية ، 1997 ص 234 إلى 239

مراحل تكوين الرأي العام

تعتبر ظاهرة الراي العام ظاهرة معقدة يصعب تحليلها إلى أجزائها تحليلاً بسيطاً بل تتداخل مجموعة من العوامل والمؤثرات المختلفة فى تكوينها ، مؤثرات سيكولوجية ترجع إلى طبيعة الفرد نفسه وإلى طبيعة الجماعة و تأثيرها على الفرد ، ومؤثرات سياسية ، ومؤثرات ثقافية واجتماعية تتكون من مجموعة من القيم والمعايير التي تحكم إدراك الفرد وسلوكياته. ورغم ذلك نحاول تقديم تصور للمراحل التي يمر بها تكوين الراي العام:

أ- مرحلة الإحساس والإدراك:

يتعرض الإنسان لمجموعة من المنبهات والمثيرات التي يتلقاها عن طريق حواسه، تلك الحواس التي تعد مفاتيح المعرفة واتصاله بالعالم الخارجي والبيئة الخارجية. ويبدأ الإنسان فى إدراك هذه المؤثرات إدراكاً حسياً ، إلا أنها لا تقف عند مجرد إدراكها عن طريق الحواس، بل يحاول الإنسان أن يدرك هذه المؤثرات كرموز ثم يعطي لهذه الرموز معنى أو معاني معينة ، ومن هذا يتضح أن عملية الإدراك ليست عملية سلبية تتلخص فى مجرد استقبال انطباعات حسية ، بل يقوم العقل بالإضافة أو الحذف أو التحريف وتأويل ما يتأثر به من انطباعات حسية. والمعاني التي يخلعها الإنسان على ما يدركه من أشياء أو مؤثرات تتحدد وفقاً لخبراته الماضية وطريقة فهمه للحياة ودوافعه وحوافزه.

وهذا يعني أن الإدراك عملية معقدة وهي محصلة مجموعة كبيرة من العوامل الموضوعية التي تتمثل فى الأشكال الخارجية ، ومجموعة أخرى من العوامل الذاتية التي تنبع من خبراته السابقة وفى حدود إطاره الدلالي ومجموعة القيم والاتجاهات والمعايير المختلفة التي اكتسبها من البيئة

الثقافية والاجتماعية و من ذلك يتضح ان عملية الإدراك لا تتوقف فقط على طبيعة المعارف والمعلومات التي يتلقاها سواء عن طريق حاسة البصر او حاسة السمع ولكنها تتوقف على طبيعة اتجاهات الفرد وقيمه وثقافته.

ب- مرحلة الراي الفردي:

وفى هذه المرحلة يقوم الفرد بالتعبير اللفظي بالإشارة عن ميوله واتجاهاته النفسية حول الموضوع أو المؤثرات المختلفة وتنطوي هذه المرحلة على عنصر الاختيار فطالما ان الموضوع المثار هو موضوع جدلي تختلف حوله الآراء بين مؤيد ومعارض فإن الفرد يحدد لنفسه موقفاً معيناً لهذا الموضوع مؤيداً أو معارضا له وموقف الفرد حول موضوع جدلي واحد يختلف عن الموقف الذي يمكن أن يتخذه الأفراد الآخرون .

وهذا يؤكد ما انتهى إليه W.Lippman من أن تصرفات الناس واستجاباتهم لا تكون نتيجة لملاحظات موضوعية عن العالم الخارجي ، بل فى حقيقة الأمر مبنية على التصرفات الذاتية أو الصور الذهنية الكافية فى نفوس الناس فالمؤثرات التي تحيط بالإنسان لا تكون السبب المباشر فى الاستجابة للبيئة ولكن معنى هذه المؤثرات أو صورتها فى ذهن الإنسان هي التي تحدث استجابة ، ويتفق ذلك مع وجهة نظر د. أحمد عزت راجح حول علاقة السلوك بالإدراك حيث أوضح ان الفرد يستجيب للبيئة لا كما عليه هي فى الواقع بل كما يدركها كما تبدو له وحسبما يفرض عليها من معنى وأهمية.

ج- مرحلة صراع الفرد مع آراء الجماعة:

وفى هذه المرحلة تدور المناقشة والحوار والجدل الذي يصل إلى حد الصراع بين رأي الفرد وآراء الأفراد الآخرين فى نطاق جماعة معينة أو جمهور معين ممن

لديهم اهتمام بالموضوع وكل منهم يحاول الدفاع عن رأيه مستخدماً فى ذلك كل ما يتوفر لديه من معلومات وتلعب وسائل الاتصال دوراً حيوياً فى ذلك عن طريق عرضها للآراء المختلفة.

د- مرحلة تحول آراء الأفراد إلى آراء الجماعة: (الراي العام)

من خلال الحوار والمناقشة التي تدور بين أعضاء جمهور معين حول موضوع أو مسألة تشغل اهتمامهم يتم التقريب بين وجهات النظر المختلفة والمتباينة وتأخذ المناقشة فى الاتجاه نحو التركيز حول راي معين يميل إليه اغلب اعضاء الجماعة أو الجمهور النوعي الذي تقبله و يصبح هذا الراي رأيا عاماً بغضّ النظر عن وجود بعض الآراء الأخرى التي قد يتبناها اقلية فى الجماعة أو الجمهور النوعي .

وهذه العملية تنطوي على تضحية الفرد برأيه الشخصي احياناً لكي يتوافق مع رأي الجماعة وتتدخل فى هذه العملية مجموعة من العوامل بعضها يتصل برغبة الفرد فى التوافق مع الجماعة أو لتحقيق صفة الانتماء إلى هذه الجماعة أو للتعاطف مع الجماعة .

إذن تكوينُ الرأي العام هو تفاعلٌ بين عناصرَ مختلفةٍ فيه تبادلٌ ونموٌ بتأثيرٍ وتأثر.

وحيثُ إن لَبِنَةَ الرأيِ هي الفرد فكان لزاماً علينا التأمل فى نظريات علاقة الفرد بالمجتمع. فالمجتمع نسقٌ معقد دائم التغيير مكون من العرف المنوع والإجراءات المرسومة ومن السلطة والمعونة المتبادلة، ومن كثير من التجمعات والأقسام، وشتى وجوه الضبط الإنساني والحريات. وبالتأمل والاستقصاء وصل

الباحثون إلى نظريات فى محاولة فهم وشرح هذا النسق الكتلة، سنتعرض لبعض منها.

تصفُ نظرية التعاقد مع المجتمعِ المجتمعَ انه نظامٌ يقوم على مجموعة من الناس لتحقيق غاية معينة وهو ابتكارٌ مصطنع لتحقيق الاقتصاد المتبادل ولسدِّ الحاجات الاجتماعية المتعلقة بانتظام الحياة فى المجتمع وبحمايته. فتصفُ اشكال هذه النظريةِ المجتمعَ وكأن تعاقُداً حقيقياً وقع بين افراده.

أما النظرية العضوية للمجتمع فتنظر إلى المجتمع كنسقٍ بيولوجي أو كائن عضوي كبير، يشبه فى تركيبه ووظائفه وفى وحدة أجزائه جسم الإنسان ويتعرض لقوانين مشابهة فى تكوينه ونموه وشيخوخته. ويتصور كونت وهيجل وحدة المجتمع ومساهمة الأفراد فيه كما يتصور الكائن العضوي بخلاياه وروابطه. وتتصلُ بالنظريةِ العضويةِ للمجتمع نظريةُ العقلِ الجمعيّ، وهي نظرية قديمة تصفُ المجتمعَ انه عقل مشترك بالنسبة لأعضاء المجتمع بالتساوي بينهم.

فنخلصُ إلى الفهم أن علاقةً تربط الفرد بالمجتمع ذات عمليات تفاعلية دائمة التغيير للحياة الاجتماعية. والمجتمع بكل نظامه الاجتماعي الهائل هو متغير فى كل أجزائه. ولا يمكن للفرد أن يعيش منعزلاً عن مجتمعه كما لا يمكن لمجتمعٍ أن ينمو أو يتطور إلا بأفراده. ويُعد التعليمُ مفتاح نقل الميراث الاجتماعي والثقافى للأفراد خلال الأجيال، يحتوي المعرفة والمهارة ذات القيمة عند ذلك الجيل.

ويهدفُ التعليم إلى تكون الشخصية المتكاملة للفرد، فكما تكون الصورة المتكاملة هذه فى ذهن الهيئات الاجتماعية يكونُ مثلها تأسيس المناهج لتوحيد الثقافة والميول بين الأفراد .

لتطابق تلك الصورة. ومنشؤ الصورة هو الموروث الثقافي ، ومصبّها فيه. فتؤثر الاتجاهات السائدة فى التعليم على مستقبل الرأي العام داخل الدولة لأن الجيل الجديد فى مرحلة الطفولة سهل التشكيل والتكوين حسب قيم ونظم وأهداف وأيدولوجيات النظام الفكري القائم بما يخدم أهدافه على المدى البعيد.

والدعايةُ بأجهزتها من الصحف والتلفاز والمسرح والكتب مثلها مثل التعليم ِ فى محاولة إكمال تلك الصورة، إلا انها عكسةُ سطحية تتباعدُ فتراتها. فالصحافة من أهم وسائل الاتصال بين الجماهير وتساعد الأفراد على تكوين رأي عام فى مختلف الأمور والمشاكل التي تدور فى المجتمع المحلي والعالمي بتزويدهم بالأخبار والأفكار والآراء التي تنمي الرأي العام لديهم.

اما عن الصحف فتختلفُ فيما بينها فى الهدف وفى طرق عرض الأخبار والتحقيقات الصحفية. فمنها صحف الإثارة التي تبرز الخبر فقط لاجتذاب انتباه عدد كبير من القراء وربح بيع المطبوع من اعدادها. فهي تجارية لا يهمها ما تُحدثه من اضرار فى الرأي العام. وتتخصص بعض المجلات فى الدعاية لتطوير الحياة الاجتماعية ونشر المقالات الجادة وتقديم الموضوعات المدروسة الاجتماعية وغيرها. ومن الوسائل الجادة فى تكوين الرأي العام هي الكتب، حتى لو قَلَّ الإقبال عليها لارتفاع اثمانها – نسبياً مع وسائل الإعلام الأخرى - فلا زالت الكتب المؤثر الأكبر في تكوين آراء المثقفين وقادة الفكر المستنير وصفوته ممن يؤثرون في الطبقات الأقل ثقافة.

ومن وسائل الإعلام سريعة التأثير فى الأفراد هي الإذاعة والتلفزيون خاصة أيام الحروب والأزمات، فالكلمةُ الإذاعية تنتشر فى كل مكان وتصل للفرد أينما كان تلاحقه من صباحه الباكر حتى آخر ليله، ولإدراك المسؤولين فى الحكومات أهمية الإذاعات والتلفزيون فقد اخضعوها لرقابتهم. ولكون اجهزة

الإذاعة ذات تكلفة منخفضة نسبياً نجد الطبقات منخفضة الفرد يستمعون للإذاعة لفترات طويلة خلال اليوم ويطلبون على الأكثر البرامج ذات الطابع الترويحي بعيداً عن البرامج الثقافية أو الفكرية الجادة.

أما التلفاز الذي يقدم الصورة والصوت معاً فهو من احدث وسائل التأثير فى تكوين الراي العام فى القرن العشرين ومن اخطرها على الإطلاق ولا يخفى تأثيره فى المجتمع بتنوع ثقافة أفراده وأعمارهم وطبائعهم. والمسرحُ هو صوتُ الراي العام يلعبُ فيه الفنان دور الزعامة. والمسرحُ الجادّ ذو تأثير عميق ٍ فى نفوس متابعيه، فقُربُ المسافة ومباشرةِ التواصل مع فناني المسرحية يغرسُ فى نفوس الحضور ِ الفكرةَ بحياتها وروحها ويطبعها بعمق. وللمسرح الساخر أيضاً من هذا نصيب.

الراي العامُ نتاج نقاش وحوار الأفراد والجماعات. فكل مجموعة ٍ صغيرة من العائلة أو الزملاء والأصدقاء تتباحث الأحداث الجارية التي تهمها وتثير ميولها .

وهذه المباحثات الصغيرة هي لبنة الرأي العام وأساسُ تكوينه. وكل فرد ٍ يشترك يومياً عدة مرات فى أحاديث مع جماعات صغيرة بين الأصدقاء والمعارف تساعد فى ظهور عدة آراء شخصية، بتجمعها يكون الدور الفعال فى تكوين أسس الراي العام حسب المستوى الثقافى للمتحدّث. فقد يتناول الحديث أخباراً سطحيةً وقضايا تافهة، اموراً هامةً فى مصير المجتمع الذي يحويهم. وهناك ما يُسمّى بـ " حديث المائدة " التي يختلفُ افرادها سناً وثقافةً ومهنة ويثري كل منهم الجلسة بآرائه وتجاربه وتخصصه، وقد يتقبل صغار السنّ تلك الخبرات بكل صدر رحبٍ للإفادة منها ، أو يعارضونها لظنهم بعدم مناسبتها لجيلهم.

ويتكون الرأي العام ايضاً بفعل الثقافة والحضارة وهي مجموع العادات والتقاليد والآداب الشائعة في المجتمع والتي تساعد الأفراد على التعامل فيما بينهم والتكيف مع عوامل البيئة التي تحيط بهم. ويتحدد سلوك الفرد بالوراثة [وهي عملية بيولوجية] والتعلم ممن حوله [وهي عملية سيكولوجية اجتماعية]، اللتين تشكلان ثقافته. ولا يمكن للفرد ان يخرج عن قوانين وقواعد ثقافة مجتمعه وإلا اعتبر شاذًا وتعرض لعقاب المجتمع. وحين يتصل الرأي العام اتصالاً وثيقاً بالميراث الثقافى يتصفّ بالثبات ويُعبّر عنه بالرأي العام الدائم أو الجامع. أما حينما لا يتصل بما اتفقت عليه تلك الثقافة فيكون رأيا عاما مؤقتاً.

ومن العوامل الهامة فى تكوين الرأي العام هي الحوادث والكوارث البيئية التي تثير التعاطف بين البشر. وكذلك العوامل الاجتماعية التي تعتبر من صميم تطور حياة الأسرة والعمل. والعقيدة والأديان من أقوى العوامل المكوّنة للرأي العام. ففي محاولةِ تغيير رأي عامٍ منبثق من عقيدةٍ مغروسةٍ فى إحدى الأمم فإن تصادماً قوياً يحصل وتفنى تلك الدعوة بقدر تغلغل تلك العقيدة فى نفوس الأفراد وتشبعهّم بها.

وتعتبر الشائعاتُ مؤثراً قوياً فى الرأي العام. وتُعرَّف الشائعة بأنها الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه فى سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي فى الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول. ولا تتقيد الشائعات بمعايير الصدق الموضوعي الذي يجب على الإعلام أن يلتزم به. وتنتشر الشائعات حين افتقار

الجماهير إلى الوسيلة التي تمدهم بما هو صادق وحقيقي. وتزداد الخطورة حينما يتجاوز البعض تصديق الشائعة إلى الإضافة عليها، فمهما بدات الشائعة بسيطة قد تصل مرحلة الخطورة مع ما يُضاف عليها، وتنتقل من فم إلى فم مجهولة المصدر مفتقرةً إلى الدلائل. وتخضع الحادثة فى سريانها لأهمية الحادث الذي تتحدث عنه، والغموض الذي يكتنفه.

ويُنفّس الناس عن حاجاتهم ورغباتهم بشائعات الأمل والأماني، فتعزز الشعوب بالقوة والإيمان والتفاؤل وتُشجع على الصبر والصمود. وفى وقت خوف الناس تنتشر شائعات اليأس، فحين يصل الفرد إلى حالة الهلع والذعر يكون فريسة سهلة للوهم والتصديق. فكان سلاح الشائعة من اقوى أسلحة الحروب على مر الأزمان. فبه تُقلبُ الروح المعنوية من النقيض إلى النقيض. وتنتشر شائعات الكراهية ودق الإسفين بين الاتجاهات والأحزاب المتعارضة لتحويل الولاء.

وتُكافَح الشائعة بترويج شائعة اخرى توافقها اكبر منها واكثر كذباً، ثم إثبات كذب تلك الأخيرة، فتُنفى تلك الأولى الصغرى ضمنياً. ويُقضى على الشائعةِ أيضاً بالمعلومات. فأساس الشائعة أمر يكتنفه الغموض، وحين يُزال هذا الغموض بتوفير خبرٍ وافٍ دقيق سريع عن قضية الشائعة يتوقف انتشار تلك الشائعات. وتُكافَح الشائعة أيضاً بنشر عكسها بتوثيقٍ دون ذكر الشائعة الأصلية، فلا تروج بين من لم تصلهم بعد بسبب هذا التكذيب ولا تُعطى أكبر من حجمها .

بهذه العوامل مجتمعة يتكونُ الراي العام. قد يتفوق بعضها على بعض فى الأهمية فى مجتمعٍ ما فى زمانٍ ما. ثم يحصل ما يعكس ترتيب أهميتها. فليست القضايا الاجتماعية عناصرَ فى معمل كيمياء، فيحكمها من المرونة .. الكثير.

مظاهر ووظائف الرأي العام

نعني بمظاهر الرأي العام انماط السلوك التي يستخدمها جمهور الرأي العام فى التعبير عن وجهات نظرهم واتجاهاتهم حيال القضايا التي تمس مصالحهم حيث يقسمها سعيد سراج إلى قسمين:

المظاهر الايجابية : وتتمثل فى :

- الثورات : وهي أحد الأساليب العنيفة التي تستعمل للتعبير عن الرأي العام وتندلع حيث يرسخ فى ضمير الجماهير أنه لا فائدة من التعبير الكلامي عن مطالبهم (السلطة فى واد والشعب فى واد آخر).
- المظاهرات : حيث يتخذها الشعب وسيلة بغرض إشعار القادة والحكومات عن آرائهم نحو المشكلة.
- نشر الشائعات : عندما لا تسمح الحكومات بالمظاهرات ولا يجد الشعب وسيلة للتنفيس عن الرأي العام يلجأ لهذا الأسلوب كمظهر للتعبير عن وجهة النظر وذلك لإزعاج الحكومات (رواية تناولتها الأفواه دون أن تركز على مصدر موثوق به يؤكد صحتها) .
- الندوات والاجتماعات واللقاءات العامة : وهي إحدى أشكال التجمع الشعبي حيث تحدث لقاءاً قريباً بين الجماهير لدراسة مشاكل المجتمع والخروج بحلول تكون مرشداً للقادة.
- أجهزة الإعلام: هي الوسائل التي يستعملها الأفراد للتعبير عن الرأي العام

- الانتخابات : يعبر فيها الجمهور عن رأيه من خلال اختيار الحاكم.

المظاهر السلبية : وتتمثل فى :

- المقاطعة
- السلبية والاستهتار
- الإضراب عن العمل والاعتصام

وتعكس هذه الأساليب حالة عدم الرضا السائدة لدى الرأي العام[1] اتجاه السلطة واحتجاجه على سياستها كما تعني انعدام الاتصال بين الشعب وقادته وعدم مشاركة الجماهير فى اتخاذ القرار السياسي بصورة حقيقية وهذه الأساليب ليست بالأساليب الديمقراطية فى التعبير عن الرأي العام لأنها قد تنعكس بالضرر على الشعب فى حد ذاته وان كانت تختلف فيما بينها فى قدر الضرر الناجم عنها .

وظائف الرأي العام :

يقصد بوظيفة الرأي العام هي ما يمليه الرأي العام من مقاصد وأهداف أو برامج و تفضيلات حيث تحدد المهام المنوطة بالرأي العام فى المجالين التاليين :

1- **وظائف الرأي العام فى المجال السياسي :**

- يعد الرأي العام إحدى القوى السياسية الفعالة داخل الوجود السياسي من خلال تحديد طبيعة الممارسات السياسية:

[1] محمد منير حجاب: أساسيات الرأي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع،ط2،القاهرة ، ص57

- التأثير على القرار السياسي: من خلال اعتماد مبدأ الديمقراطية التي تعني سلطة الشعب لذلك فإنه من المفترض أن القرارات الهامة فى الدولة تنبني على الراي العام .

- التأثير على الانتخابات : تسمح عمليات الانتخابات باختيار القيادات السياسية فى إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الرأي العام ويمارسون السلطة فى إطار الحدود التي يرسمها ويتقبلها الراي العام .

- التأثير على الحكم: من خلال رسم الخطط والمشاريع السياسية للقادة السياسيين .

- إنجاح خطط الدولة : حيث يعمل الراي العام على إنجاح خطط الدولة فى التنمية الشاملة كما يقوم بدور فى إحباطها إذا لم تتمكن من إقناعه بتوجهاتها لذا تسعى الدولة إلى دعوة الناس للمشاركة فى وضع هذه الخطط وتنفيذها إذ أن نجاحها يعتمد وبشكل كبير فى خلق رأي عام مساهم ومتفاهم ومشارك معها.

- تحديد ملامح السياسة الخارجية : حيث أن له دوراً هاماً فى هذا ، من خلال الضغوط التي يمارسها على الحكومة ،حيث أن الجهة التي تضع السياسة الخارجية لابد وإلى حدود معينة إن تأخذ فى اعتبارها رغبة الشعب أو على الأقل تقدير ما يمكن تقبله.

- التحديث السياسي: أي التنمية السياسية من خلال تطوير الهيكل المؤسسي والآلية اللازمة والقادرة على استيعاب التقاليد الجديدة التي تخلقها حركة التغير الاجتماعي حيث يساهم الراي العام فى التعجيل بهذه العملية.

- إصدار القوانين والتصديق عليها : حيث إن القوانين ما هي إلا تعبير عن رغبات الرأي العام وضمان للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن بها الجميع ويسعون إلى تحقيقها ، وكذلك عندما تصدر السلطات قوانين جديدة فإنها تأخذ مكانها كموضوع يشغل الجماعة ويتكون حولها رأي عام مؤيد او معارض لذلك من الضروري التمهيد لصدور القوانين بتهيئة الأذهان لها ومحاولة التأكد من وعي الرأي العام بفائدتها والغرض الحقيقي منها، كما حدث فى مصر عام 1977 عندما قررت الحكومة رفع الأسعار واضطرت بعد ذلك إلى خفضها إلى ما كانت عليه نتيجة لعصبية الرأي العام ، فهذا يؤكد على مدى قوته لإلغاء القوانين .

2- الوظائف الاجتماعية للرأي العام:

- وظيفة الرقابة الاجتماعية: تتمثل فى المحافظة على العادات والتقاليد والقيم الموجودة فى المجتمع وما يتضمنه هذا من المعارضة الظاهرة أو الكامنة لأي تصرف لا يتفق وعادات المجتمع لهذا يحرم الرأي العام القيام بأفعال تتنافى وأوامر الشرع وحرمات الناس ، بل ويفرض الرأي العام على الغرباء نفسه حينما يعيشون تحت مظلة هذا المجتمع . ومن خلال هذا يحافظ الرأي العام على المثل والقيم الأخلاقية فى المجتمع فهو الذي يوجه تيار اللوم والتحفيز تارة والتكريم والتشريف تارة أخرى حسبما يكون المسلك متفقاً عليه أو غير متفق عليه.

- تطوير الحياة الاجتماعية: حيث إن تطوير الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية من الوظائف الرئيسية له والتي تظهر فى قدرته على تغيير الآراء والأوضاع والأنشطة والتشريعات أو تعديلها أو علاج ما

يحتاج منها إلى علاج وهو ما يحدث غالباً تحت ضغط الرأي العام . كما يعتبر الرأي العام الدليل العملي لتقييم نشاطات الهيئات والمؤسسات فى مدى نجاحها ونوعية الخدمة التي تقدمها. ولذلك فالهيئات بمختلف أنواعها الرياضية والتعليمية والعلمية ... تحتاج لرضاء الرأي العام ومساندته ليحافظ على وجودها وإلا فشلت برامجها وتوقفت عن العمل، بل لا تنجح من دون مساندته.

- التعبئة الاجتماعية : مثل إصدار القوانين التي تتطلب عرض الحقائق كاملة عليه،حيث إن إخفاءها يؤدي إلى الإضرار بالحكومة إذ يؤثر فى قدرتها على التعبئة الاجتماعية لذلك فإن القضاء على الشائعات من خلال سياسة عرض الحقائق يخلق تأييداً.

كذلك فإن إن الرأي العام هو الذي يضع القوانين للأمة، فهي تعبير عن رغباته وضمان للنظم الاجتماعية والمثل الأخلاقية التي يؤمن بها الجميع ويسعون إلى تحقيقها والمحافظة عليها. ويتمثل الرأي العام فى الهيئات التشريعية النيابية [البرلمانات] التي انتخب الشعب أعضاءه لينوبو اعنه فى التشريع .فالرأي العام هنا هو منبع القانون ومصدره. والرأي العام لا يصنع القوانين فقط، بل الدساتير أيضاً دون حاجة لجمعية تأسيسية أو استفتاء شعبي على الدستور.

وقد ينعكس الأمر ويُفرض القانون من هيئة غير نيابية وتصادق عليها الحكومات . فى هذه الحال فإن هذه القوانين لا يُكتب لها البقاء إلا إن سُبق سنّ القانون بحملة من الدعاية الإعلامية تهدف لغرس روح ذلك القانون فى مجتمعه وتسعى فى تحوير الرأي العام ليتقبّل هذه القوانين الجديدة .ويكون النجاح الأكبر فى سنّ هذه القوانين عندما تنغرس فى العرف والعادات

والتقاليد للمجتمع ، ويتعلمها الناس بصفة دائمة فى مؤسسات التعليم والدعاية، فتبقى ذات أثر فعال فى حياة الناس.

فالرأي العام أقوى من القانون وأكثر منه شمولية وإحاطة. فهو يفرض نفسه على المجتمع ويؤثر فى سلوك الفرد وآرائه ويصدر أحكامه مقدماً على الأعمال التي تسبق مرحلة تحضير القوانين وإعدادها. وهناك من يخشى الرأي العام وكلام الناس والفضيحة قبل خشيته للقانون وعقوباته فى كثير من الأحيان، فالرأي العام يؤدي هذه الوظيفة ويُشكل جهاز أمان وقائي فى المجتمع ، و يعتبر من الدعائم القوية التي تقف خلف الهيئات والمؤسسات الاجتماعية التي تبذل كل الجهود الممكنة من أعمال ومشروعات وخدمات لتكسبه إلى جانبها.

والرأي العام أكثر مرونة وإنسانية من القانون، فهو يتأثر بالعاطفة ويُحكّمها فى كثير من القضايا. وليس هذا ضعفاً أو تقلباً فى الرأي العام . فالرأي العام يتكون من عنصرين: أولهما هو العقائد والمثل الأخلاقية والعادات والتقاليد، وتنبثق منه قوانين صلبة جامدة باقية على مدى الزمن تتوارثها الأجيال دون تبديل أو تعديل. وثانيهما هو المذاهب والاتجاهات السياسية والاقتصادية والثقافية، وتنبثق منه قوانين طيعة الشكل تلائم الظروف التي يعيشها الرأي العام وتتشكل معها، فعمر هذه القوانين قصير نسبياً يتغير بتغيير العوامل المُنشئة لها لتحل محله قوانين جديدة تناسب الظروف الجديدة.

والرأي العام هو المؤثر والمحرّك للروح المعنوية. حين يتوحد الرأي العام بين الأفراد وبقوة فهذا يعني روحا معنويةً عالية، أما حين ينقسم الرأي العام على نفسه ويتوزع بين مؤيد ومعارض وما بينهما فهذا يعني روحاً معنويةً ضعيفة ذات مستوى منخفض. وانقسامُ الرأي العام على نفسه لا ينحصر فى تباين فِكر الآراء وحسب ، بل أي انقسام فى المجتمع من الحزبية والطبقية وغيرها ، فهذا

كله يؤدي فى النهاية إلى إضعاف الروح المعنوية .وتتقوى الروح المعنوية بتقسيم خيرات البلاد قسمة عادلة بين الطبقات ومحاولة تقريب المسافات بينها والاتفاق على الأهداف واستشعار وحدة الوطن والمشاركة فيه.

الرأي العام ذخيرة للتاريخ :

الرأي العام.. كقيمة لم تعرف بعد كل مناقبها، فلولا الرأي العام لما كان قد عرفت الجوانب المشرقة من التاريخ العربي والإسلامي والعالمي، ولما كان قد تم التعرف على أبطال التاريخ الحقيقيين، فالرأي العام الذي يراكم آراءه وانطباعاته وأحكامه على الوقائع والأشخاص من جيل إلى جيل، هو الذي حفظ تراث الثورات العظيمة وتفاصيلها، وكان دائماً هناك سر إلهي يحرك شرائح من الناس كي لا ينسوا حقيقة ما حدث، كما كانت هناك دوماً قوة معنوية تتصدى لمحاولات التجاهل أو التشويه، إذ بقيت مساحات الرأي العام أكبر من الرقع الأرضية التي يتحرك عليها مناوئوه. وهذه الصلة القوية بين الرأي العام والتاريخ، هي التي جعلت الأخير يعتمد فى حفظ ذخيرته لدى اناسه.

صحيح أن جهوداً إعلامية كبيرة قد ضاعت أو ضيّعت فى العصر الراهن، لكن من المقر أن هناك تفهماً يفيد أن السياسة السلبية تقف وراء كل حالة مخفقة، فهناك حصار إعلامي داخل المادة الإعلامية المعروضة ذاتها أحياناً، خصوصاً وأن تمييز الخبر الإعلامي الصادق عن الخبر المفتعل هي عملية مرهقة على المواطنين العاديين، الذين يصعب عليهم متابعة الأمور الإعلامية المتوالية اولاً بأول.

وإذا.. كان اصطياد الخبر الإعلامي الممكن أن يتداوله الرأي العام هو مدار الغاية التي لا يصرح بها عادة، فإن الممارسة السياسية اللاحقة تأتي دائماً لتفضح كل شيء من حيث ما أرادت التستر عليه بالأمس.

ومن خلال هذا الخضم الإعلامي المتلاطم تبقى صورة التاريخ بكل عنفوانه وميزان عدله، من بين كل الصور الأكثر لمعاناً فى سماء الحقيقة.

فمنذ زهاء أكثر من عقد من السنين، كان الكاتب الصحفي الألماني (جنتر فارلاف) قد أصدر كتابه المعنون (العقل التركي).. بعد أن كلفه ذلك إلى مجازفة التنكر فى ارتداء زي عامل تركي، ولاستلناس كامل دوره ليبدو عاملاً حقيقياً فقد عاش بين جموع العمال الأتراك المتواجدين فى ألمانيا الغربية.. لأشهر غير قليلة، بحيث استطاع أن يعيش تفاصيل حياتهم المأساوية، حتى كاد أن يصبح حقيقة كواحد منهم، وكان ذلك شعوره الشخصي دون أية رتوش. والكتاب فى خلاصته جاء ليمثل إدانة صارخة من داخل المجتمع الألماني ضد العنصرية الألمانية الجديدة المعادية للمسلمين والعرب، وحول مصيبة نقطة العنصرية المعشعشة فى العقل الألماني المتعصب، افلح (فارلاف) فى فضحها، حين استشهد فى كتابه.. بحادثة ذهابه إلى إحدى الكنائس الألمانية معرباً عن رغبته لتغيير دينه، كي يتزوج من فتاة ألمانية.. وطبعاً كان ذلك مجرد ادعاء منه، فما كان من مسؤول الكنيسة إلا ورفض طلبه رفضاً قاطعاً وبوجه متجهم.

الفصل الثالث

الراى العام بين التأثير والتغيير

الرأى العام وتأثره بالإعلان والدعاية

أولاً الدعاية التجارية Commercial Propaganda :

لقد غدت الدعاية التجارية تلعب دوراً حاسماً فى الحياة الاقتصادية، وتعيرها الشركات والمؤسسات والدول والأفراد عناية كبيرة لخطورة الآثار التى تترتب على حسن استغلالها.

وأكثر ما يستخدم الإعلان فى الدول الغربية للأغراض الاقتصادية دون سواها أى بغية اكتساب الأرباح المالية، لذلك تنفق دول الاقتصاد الغربى أموالاً طائلة فى الإعلان بشتى الوسائل لتحقيق غرضها منه.

ويلاحظ أن الدعاية التجارية تعتمد أساساً على المهارة فى طرق البيع والإعلان، والفارق بينهما هو الاتصال بالأفراد أو الاتصال بالجماعات.

وأهم من ذلك الاتصال الشخصى الذى يتوقف على شخصية رجل الدعاية وقدرته على الإقناع، فينبغى أن يكون البائع ساحر الشخصية لحوحاً بلباقة قادراً على الجدل، أما الإعلان فى الصحف واللافتات والمنشورات والتليفزيون والإذاعة فيجب أن يؤدى إلى اجتذاب عواطف الجماهير لا تفكيرها.

ثانياً الإعلان Advertising :

الإعلان من الأمور التى يدق فهمها على أذهان الكثيرين بسبب التداخل بين معنى الإعلان وبين الدعاية، إذ لم يكن هناك حتى العصر الحديث ما يميزهما تقريباً.

لهذا يجب أن نميز بين النوعين، وإذا أردنا أن نصل إلى فيصل التفرقة على وجه التقريب قلنا إن الدعاية هى فن التأثير على الجماهير لاستمالتهم نحو

هدف سياسى أو أدبى وليس هدفاً تجارياً، ومن هذا نرى أن الدعاية تستهدف التأثير على سلوك الفرد، لمحاولة إقناعه بعقيدة معينة أو فلسفة خاصة.

ووجه الدقة يتضح فى أن الدعاية تسترشد أحياناً بما أحرزه الإعلان من ضروب النجاح فتطبق نظماً تعتقد أنها تحلو للجماهير ولا تفترق فى بعض صورها عن الإعلان فدعاية قيصر وشرلمان ولويس الرابع عشر كانت لوناً من ألوان الإعلان الشخصى.

لذلك قيل "إذا كان القرن العشرون يوصف بحق بأنه قرن انتشار الإعلان، فإنه ورث فرصة قيمة لتشجيع هذا الاتجاه من القرن المنقضى "

أما الإعلان فإنه يستهدف إغراء المستهلك باقتناء سلعة معينة وتفضيلها على ما عداها، ولقد استطاع الإعلان أن يرتفع إلى مستوى التطور، فلم يلجأ إلى الوسائل المكشوفة، وإنما غدا يلتمس سبل الإيحاء والتأثير غير المباشر، ولذلك أصبحت الشعارات، والصور الأخاذة، والتكرار من السمات المميزة للفن الإعلانى، فلم يعد الإعلان أخباراً، وإنما تطعم الفن الإعلانى بالأبحاث العلمية السيكولوجية والفسيولوجية، والتحليلات النفسية مستغلاً كل الغرائز والميول الفطرية عند الإنسان.

لذلك ينبغى على المعلنين الذين يرغبون فى معرفة كنه الجمهور الذين هم بسبيل ملاقاته أن يعتمدوا على إدارات أبحاث الآخرين.

ولهذا أصبح الإعلان على أعتاب تطور جديد يضفى عليه ما يجعله علماً قائماً بذاته، ولقد كانت نتيجة هذا التطور فى الإعلان أنه أمكن السيطرة فى كثير من الأحيان على ميول وحواس الشخص وفرض نوع معين من السلع عليه، بل أكثر من ذلك، أصبح فى وسع الفن الإعلانى أن يفرض على الشخص

افكاراً يعتقد أنها نابعة منه شخصياً، وما الحملات الانتخابية والاستعراضات المصحوبة بالموسيقى وغيرها من وسائل الإغراء إلا أمثلة على هذا الذى قدمناه.

وقلما يوجد اليوم أدنى شك فى أن الصورة تستطيع خلق قوة مشوقة عالية، بجانب ذلك فهى تساعد على الإيضاح، كما أنها عون للذاكرة.

ثالثا التعليم Instruction :

إذا كانت الدعاية تلاحق الفرد بوسائل التأثير المختلفة والإيحاءات المتعددة حتى تستميله إلى وجهة نظر خاصة، بصرف النظر عن سلامتها أو عدم سلامتها فإن التعليم يحاول أن يطبع الفرد بطابع الاستقلال فى حكمه على الأشياء وعن طريق الاستقرار والاستنباط، وإن شئنا بتعبير أدق قلنا إن التعليم هو عملية تنشئة اجتماعية.

ويرى الأستاذ ريتشارد س. لامبرت Richard Lampert فى كتابه المسمى " الدعاية" أن الخط الفاصل بين التعليم والدعاية يصعب رسمه إلى الدرجة القصوى، أى بدقة شديدة.

وهذه الحقيقة التى يقررها لامبرت تحتم علينا أن نزيل ما قد يغشى البصر حول الفوارق بين التعليم والدعاية، لأن البعض يتوهم خطأ أن ثمة تناقضاً بين التعليم والدعاية، والواقع أن التعليم فى حقيقته يمكن أن يكون نوعاً متسامياً من الدعاية يستهدف مصلحة المجتمع وخير المواطنين، ذلك أن التعليم والدعاية يلتقيان سوياً عند الهدف الذى يسعى كل منهما إلى تحقيقه فى محيطه الخاص وإن اختلفت بعد ذلك الأساليب .

فالتعليم فى سعيه المتواصل إنما يهدف إلى طبع الأفراد بطابع خاص يؤدى بهم إلى نوع معين من السلوك يطابق تقاليد المجتمع ويتمشى مع روحه

حتى يستطيع الفرد مع الزمن أن يكون ذا رأى خاص فى حكمه على الأشياء دون تحيز أو محاباة.

فالتعليم نوع من الدعاية على درجة من السمو والرقى، يستهدف الصالح العام ويربأ عن المصالح التجارية والأغراض الخاصة.

ومع ذلك يجب أن نصطنع الحذر، ذلك أن ستار التربية قد يحجب عن أنظارنا الكثير من المبادىء الأخلاقية والدينية والسياسية التى تفتقر إلى السلامة والبراءة. ولعل هذه المخاوف تتجلى بصورة خاصة فى تربية الأطفال فقد يتسرب الكثير من صور الدعاية الدينية إلى مناهج التعليم فى المدارس غير الطائفية، وإن تكن غير ملموسة و لا ظاهرة للعيان .

وهذا على نقيض ما يحدث فى المدارس الطائفية التى تشترط فى أعضاء التدريس فيها مؤهلات دينية خاصة تتلاءم وأغراضها الخاصة، ومثل هذه المدارس تُحرم غالباً من معونة الحكومة التى تفرق بين الدين والدولة – أى العلمانية – إذ إن مثل هذه الدولة لا تشترط فى أعضاء التدريس إلا المؤهلات التربوية فحسب.

ولعلنا هنا فى افريقيا ندرك أكثر من غيرنا خطورة مثل هذه المدارس التبشيرية التى تتخذ الدين ستاراً لأغراض أخرى استعمارية وبعيدة عن الدين، لكى تكون طليعة لغزو عسكرى أو استعمارى اقتصادى لاسيما فى أواسط افريقيا.

والحقيقة التى لا تخفى هى أن برامج المدارس الوطنية تنطوى على قدر كبير من الدعاية إذ إنها تحاول جهدها أن تغرس احترام شخصية رئيس الدولة والتقاليد ونظام الحكم فى نفوس الناشئة وإن تكن المعلومات التى تفيض بها

الكتب المدرسية لا تواكب ركب التطور وتتخلف عن الاختراعات المستحدثة.

الرمز فى اللغة:

إن اللغة تعتبر إحدى الركائز التى تقوم عليها الدعاية والإعلام لأنها الأداة التى يستطيع بها الأفراد أن يتفاهموا ويتعارفوا، وهى لذلك تعتبر من أكثر الأشكال الرمزية استفادة من سنة التطور، وأكثر هذه الأشكال أيضاً حساسية وصعوبة.

ومن الأهمية بمكان أن نلفت الأنظار إلى الدور الدعائى والإعلامى الخطير الذى تقوم به الامتحانات، فما دام التلاميذ يحاولون جهدهم أن يتملقوا عواطف الممتحن، ويستدروا عطفه، وذلك بالإجابة على الأسئلة إجابة يؤملون ويهدفون إلى أن تحوز إعجاب المدرس، وما دام المدرسون الذين يكون بيدهم أزمة الامتحانات من ذوى الخبرة المسنين، فإن النتيجة الحتمية لهذا، هى أن هؤلاء المدرسين سوف ينزلون عند منطق التقاليد والاتجاهات التى تسود المجتمع والتى يظنون أنهم قوامون على الحفاظ عليها، حتى ولو كانت هذه الأمور محل نظر وعليها أكثر من اعتراض.

كذلك نلاحظ أن المدرسة الخاصة (كما تسمى فى انجلترا) تقوم بدور آخر فى هذا الصدد إذ إنها تتبنى الاتجاهات وأساليب الحياة وأنواع السلوك التى تروقها والتى ترى أنها محبوبة بالنسبة لبعض أفراد الطبقة المتوسطة أو الراقية، وهى من أجل ذلك تقيم الحواجز والسدود بين أولئك الذين يتحملون أعباء تعليمهم، وأولئك الذين تحمل عنهم الدولة هذا العبء، ومن أساليبها الخاصة طبع الأفراد بطابع رهبانى عن طريق المعلومات الجنسية الموجهة، التى تهدف من ورائها إلى كبح جماح الغزيرة، وكذلك بالرياضة المفتعلة.

أوجه الشبه بين التعليم والدعاية:

لعلنا بعد هذا الاستعراض لطبيعة كل من الدعاية والتعليم نستطيع أن نستخلص بعض أوجه الشبه بين النوعين، وأول هذه الأوجه أن كلا الأمرين عملية تلقين لها نفس الوسائل والمقومات من طالب علم، وملقن ومادة ووسيط، والوجه الثانى أن اللغة تشكل عنصراً هاماً فى الأمرين ولذلك يقول امريكى بشركة أرامكو العربية : "لا يهمنى من تكون فى الشرق الأوسط فستكون شخصاً ثانوياً ما دمت لا تعرف العربية."

كذلك من أوجه الشبه بين الأمرين أن كلا من الدعاية والتعليم يتخذ كوسيلة لإحراز غرض ما ونشر مبدأ أو هدف.

وفيما عدا هذا تظل بعض الفروق بين الدعاية والتعليم، فالتعليم يهدف من وراء تلقين الطالب للمعلومات إلى أن يكسبه القدرة على أن يصدر حكماً مستقلاً وذلك بالمعلومات المنزهة عن الغرض والهوى، أما الدعاية، وإن تكن معلوماتها صحيحة، إلا أنها معلومات موجهة ومعدة بوسائل تترك أثرها فى الفكرة أو الرأى الذى يتكون عند الشخص بصورة تخدم الهدف الذى يتوخاه رجل الدعاية.

كذلك فإن التعليم يفترق عن الدعاية فى أن الأول يتمشى مع التاريخ الاجتماعى والتراث القومى والتقاليد التى تسود فى المجتمع، حتى يسلم من التناقض فى المستقبل ولذلك فإن ثمرة التعليم لا تظهر إلا فى المدى الطويل الذى يتناسب مع عمر الفرد، وبينما الدعاية تستعجل الثمرات كما يقول "لاسكى" فإن التعليم لا يتعجلها.

الدعاية تهدف إلى تحقيق ما يجب أن يفكر فيه الفرد، بينما يهدف

التعليم إلى الكيفية التى يفكر بها الفرد.

ولهذا بتنا نؤمن أن التعليم يحسن استغلاله كوسيلة من وسائل الإعلام حتى نستطيع أن نحرز ما رسمناه من أهداف تتبلور فى الاستقرار الداخلى والسلام العالمى، ولن يتحقق ذلك إلا إذا استهدفته السياسة التعليمية.

فمثلاً كان الفارسيون والهنود فى طليعة الشعوب الأعجمية التى تعلمت اللغة العربية وجعلت من الكتابة العربية وسيلة لأداء ما يكتبونه من لغاتهم لأنهم كانوا أسبق إلى اعتناق الإسلام من سواهم ولذلك وجدنا التفاهم بواسطة اللغة ساعد مساعدة كبيرة فى تحقيق السلام والاستقرار.

رابعاً الثقافة Culture :

وكما رأينا فإن الدعاية اتفقت مع التعليم فى بعض المظاهر والوسائل واختلفت معه فى بعضها الآخر، كذلك شأن الدعاية مع الثقافة، فكلا الأمرين يستهدف التأثير على موقف الكائن البشرى ودفعه فى طريق تنتهى به إلى التصرف على نحو معين، غير أن الثقافة تستهدف الإخضاع والتأثير.

والثقافة نمط من العيش والفكر تسير عليه الجماعة، ذلك النمط الذى يختلف من جماعة إلى جماعة، والذى تعتبر معرفته أساسية حتى يمكن للدعاية أن تقف على منافذ التأثير التى تنفذ منها إلى هذه الجماعة أو تلك، ولأن الثقافة تمثل نمطاً خاصاً من المعيشة والفكر والسلوك عند الجماعة، رأينا أغلب علماء الاجتماع يميلون إلى الاعتقاد بالحقيقة القائلة بأن الحضارة هى الثقافة ولا فارق بين الاثنتين.

والدعاية من أجل هذا شديدة الميل إلى استغلال الوان الثقافة المختلفة لتحقيق أغراضها كالقصة المسرحية والأقصوصة إذ يمكن لكل لون من هذه

الألوان أن يكون مرتعاً خصباً لرجل الدعاية الذى يتخذها وسائل للتأثير على الجماهير لاسيما الأقصوصة بوصفها أخف ألوان الثقافة، وأقرب ألوان الأدب إلى الطبيعة البشرية البسيطة، لأنها تعبير عن الحقيقة القائلة "إن خير الكلام ما قل ودل " .

لذلك لا نعجب من انتشار هذا اللون من الأدب سواء فى الكتب السماوية أو فى الأوساط الشعبية أو حتى بين الأسرة فى أشكال مختلفة وألوان متعددة وقلما يسلم رواد المسرحية أو قراء القصة من تأثير ضروب البلاغة، وصنوف الفصاحة التى يعظم ضغطها على العواطف واستدرارها لرضاء الشخص وحيازة قبوله، ونادراً ما يستطيع الشخص أن يسلم من هذا التأثير ويحكم حكماً منطقياً منزهاً، وهذا على كل حال أمر يختلف باختلاف المؤلفين والكتّاب الذين ينحو كل منهم منحى خاصاً به.

ولعل الثورة البلشفية الروسية مدينة لفريق من الكتاب الذين ألهبوا خواطر الناس بكتاباتهم التى تضمنت غمزاً ولمزاً حيناً، وهجوماً سافراً أحياناً، ضد النظام الإقطاعى والقيصرى والظلم الاجتماعى، ومثل هذا النوع من التراث الفكرى لا يخرج عن كونه دعاية أفضت إلى الثورة البلشفية، ولذلك عندما استشعرت الحكومات خطر الثقافة لم تجد مناصاً من فرض الرقابة عليها.

وفى رأينا أن الفارق الأساسى الذى يفصل بين الدعاية والثقافة هو أن الأديب أو الفنان إذا دق على أوتار العقل والمنطق كان مثقفاً، أما إذا أثار الغرائز كان داعية، ومع ذلك فقد استخدمت الثقافة فى أغراض استعمارية كثيرة، فقد لجأت الدول الأوروبية إلى تهيئة نخبة من المثقفين لتنشىء بهم فى البلاد المستعمرة أنظمة لإدارتها.

وليس هذا فحسب، بل لقد حاولت الدول الأوروبية أن تدعو لمدنيتها وتبشر بها لتضمن استمرار ولاء المواطنين فى تلك البلاد لها بعد أن يتأثروا بثقافتها الخارجية.

خامساً إثارة الخواطر Agitation :

اراد" لينين" أن يبين الفرق بين الدعاية وإثارة الخواطر وذلك فى كتابه "ماذا نصنع؟"، ولكنه تنكب جادة الصواب فخلط بين الديمقراطية والثقافة.

وهذا بعض ما جاء فى الترجمة الفرنسية لكتاب لينين "Quoi Faire?":

من واجب الداعية حينما يتصدى لشرح مشكلة العاطلين أن يبين دور الراسمالية فى الأزمات، وأن هذه الأزمات لا مندوحة عنها فى المجتمع الحديث، ويبين كيف تتحول الجماعة إلى مجتمع تسيطر عليه الرأسمالية، وعليه بوجه عام أن يتناول أفكاراً محددة، فهو حينما يعطى أكبر عدد من الأفكار لا يجد بين سامعيه من يطبقها ويهضمها إلا النزر اليسير."

ومن رأينا أن هناك علاقة قوية بين إثارة الخواطر التى سماها لينين "دعاية" وما هى فى الحقيقة بدعاية، وبين استقرار السلام والأمن، إذ كيف يمكن أن يتحقق بالإعلام الاستقرار الداخلى أو السلام العالمى إذا كانت هناك جماعات تنشر بوسائلها الخاصة موضوعات لإثارة الخواطر؟... لذلك يجب على رجل الإعلام معرفة نواحى إثارة الخواطر ليقاومها بكل الأساليب العلمية.

فالداعية المثير حينما يتناول موضوعاً بعينه يختار الفكرة التى تكون معروفة أكثر من غيرها للجمهور والتى تهز مشاعره.. فمثلاً إذا شرح مشكلة البطالة فإنه يتحدث عن أسرة بلا عمل، وأنها فريسة للموت جوعاً، وهكذا.

وإذا تحدث عن العمال قال : "ليس للبروليتاريين شيء يفقدونه سوى اغلالهم وأمامهم عالم يكسبونه.. ياعمال العالم اتحدوا."

سادساً الشائعات Rumours :

والشائعات تعتبر من اهم الأسلحة فى أوقات الحروب بصفة خاصة لأنها تثير عواطف الجماهير وتعمل على بلبلة الأفكار ولها أهم دور فى الدعاية السوداء.

أما إذا استخدمت بعيداً عن الميدان الحربى فتسمى (الهمس) Whisperingوإذا استخدمت الشائعات بغير قصد فتسمى ثرثرة أو دردشة Gossip، ويمكن ان تتضمن الشائعات بعض القصص او النكت، وهى كثيراً ما تتغير وتتبدل اثناء تداولها، فقد يطلق رجل الدعاية شائعة من الشائعات فتصل إليه محرفة بعد وقت معين.

وكثيراً ما يجد رجل الدعاية أن من الصعب محاربة شائعة، فلو سكت عليها قد تزداد انتشاراً، ولو حاول تكذيبها فسيجعل من لم يسمع هذه الشائعة يسمعها عن طريقه هو، ولذلك فإن الوسيلة المثلى لتكذيب الشائعة، إما أن تكون بطريق غير مباشر، أو بكشف مصدر الشائعة وقصد العدو منها، وهذا يتطلب مهارة من رجل الدعاية، كما يمكن مقاومتها بوسيلة خلق الوعى القومى ضد شائعات العدو.

ويمكن تعريف الشائعة بأنها فكرة خاصة يعمل رجل الدعاية على أن يؤمن بها الناس كما يعمل على أن ينقلها كل شخص إلى الآخر حتى تذيع بين الجماهير جميعها.

ويجب أن تكون الشائعة قابلة للتصديق غير مبالغ فيها، وقد عملت

مصلحة الاستعلامات المصرية فى حرب 1956 على القضاء على الشائعات بتخصيص أرقام تليفونات المصلحة لاتصال الشعب بهذه التليفونات لمعرفة الحقيقة بأسرع ما يمكن.

وبذلك يقضى على الشائعة بدون نشرها على الرأى العام .. بأن توقف مباشرة عند شخص السائل فى التليفون، كذلك عمدت المصلحة إلى إصدار نشرة فى الصحف تسمى نشرة "أكاذيب العدو" تتناول كل أكذوبة من الأكاذيب الفاضحة، وتعلق عليها تعليقاً قوياً، يزعزع ثقة الراى العام فيما ينشره العدو.

سيكولوجية الشائعات:

والشائعات هى الأقوال والأحاديث والروايات التى يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها بل دون التحقق من صدقها.

والشائعة ظاهرة سيكولوجية لها دلالة ولها معنى ولها دوافع خاصة دفعت إلى ظهورها وسببت سرعة انتشارها بين الناس، ويمكن تقسيم الشائعات إلى ثلاثة أنواع:

أولاً: شائعات الأحلام أو الأمانى:

وهى تنتشر بين الناس لأن لهم حاجات ورغبات وآمال فيها وهى عبارة عن تنفيس لهذه الحاجات والآمال والرغبات.

ثانياً : شائعات الخوف:

وهى تنتشر فى وقت خوف الناس، فالإنسان فى حالة الخوف والقلق مستعد لأن يتوهم أموراً كثيرة لا أساس لها من الصحة، وهو مستعد لأن يفسر

الحوادث العادية تفسيرات خاطئة يمليها عليه الخوف والوهم، كذلك فهو مستعد لأن يصدق كل ما يقال وله مساس بموضوع خوفه وقلقه، وتنتشر هذه الشائعات فى وقت الأزمات والحروب.

ثالثاً : شائعات الكراهية:

وهى تصدر لتعبر عن شعور الكراهية والبغض ودوافع العدوان التى تجيش بها نفوس بعض الناس، وينتشر هذا النوع بين الأحزاب المتصارعة دائماً.

كما أن الشائعات تنتقل بين الناس لأن البعض:

- **أولاً : يميل إلى حب الظهور.**
- الرغبة فى التأييد العاطفى والمشاركة فى المشاعر.
- التسلية والفكاهة وتضييع الوقت.

الشائعات والدعاية:

وتعتبر الشائعات وسيلة مؤثرة من وسائل الدعاية، ويوجد كثيرون يعتقدون بأن الشائعات لها نفس التأثير الذى للراديو أو الصحافة، ويمكن أن تستخدم الشائعات استخداماً إيجابياً لتقوية موقف أولئك الذين يعملون لنشرها أو لتكسب لهم الأصدقاء، وهى من الناحية السلبية تُحدث نوعاً من القطيعة بين الناس وحكومتهم وتجعلهم يشكون فى عدالة قضيتهم، وبخاصة عندما تؤثر فى توجيههم.

ويجب العمل بكل الوسائل لمعرفة الدعاية التى تدعو للفوضى وعدم الاستقرار لمقاومتها، فالدعاية التى يتبناها الداعية الشيوعى مثلاً مبنية على استغلال الصراع.. اى صراع داخلى ثم يعمل على تكبير هذا الصراع ثم يعمل

على الإثارة بشعارات ثورية ثم ينشر الشائعات المختلفة عن هذا الصراع ويكثر من الوسائل التى تنشر هذه الشائعات مع ربط هذه الشائعات بالمطالب الرئيسية للشيوعية.

ونشر الشائعات منبعث من الطبيعة البشرية، وهذه الخاصية المميزة للإنسان كثيراً ما ينتج عنها ما نسمية الشائعات الموجهة، وقد استخدم قواد جانكيز خان هذه الوسيلة فى الزهو بقواتهم، وإرهاب أعدائهم، وكانوا يبعثون بالجواسيس للعمل فى مراكز رياسات أعدائهم حيث يقومون بنشر الأحاديث بأن جيوش الخان مثلها مثل الجراد لا يمكن أن يحصيها العد، على حين ينشر جواسيس آخرون أن جنود جانكيز خان لا يعرفون إلا الحرب، حتى أن قادتهم يبذلون جهداً كبيراً فى تهدئتهم ومنعهم من القتال.

ونتيجة لهذه الشائعات وصف الأوروبيون -الذين كانوا يرتعدون خوفاً من فرسان جانكيز خان -هولاء بأنهم جحافل لا حصر لها مع انها فى الحقيقة كانت أقل عددا من القوات التى كانت فى البلاد التى قاتلتها.

وبالرغم من ازدياد وسائل النشر بالصحف، واختراع البرق والتليفون والراديو والتليفزيون، فإن شبكة الشائعات تؤثر فى الراى العام فى وقتنا هذا بدرجة أكبر مما كان لها فيما مضى.

ولذلك يجب علينا الأ نتوانى عن نشر الأخبار بصدق وصراحة وبصفة كاملة لأن الشائعة تنتشر دائما حينما لا تكون هناك اخبار . وقد كانت الشائعات مشكلة تثير قلقاً يومياً بالغاً فى عامى 1942، 1943 اللذين سادهما التوتر فى الحرب العالمية الثانية ففى ذلك الوقت قدم مسئول كبير فى مكتب

مصلحة الاستعلامات الحربية الأمريكية تعليلاً لوجودها واقتراحاً بكيفية السيطرة عليها وكان هذا التعليل وذلك الاقتراح صائبين إلى حد ما، فقد قال "إن الشائعة تنتشر إذا انعدمت الأنباء، ولذلك يجب علينا أن نقدم للناس أدق الأنباء الممكنة كاملة وبسرعة. "

والحقيقة أن الشائعة تترعرع فى حالة نقص الأنباء، ولذلك فإن عدم نجاح أية شائعة، إبان العدوان الثلاثى على مصر يرجع إلى إيمان الشعب بأن الحكومة كانت تزوده بأنباء الحرب كاملة ودقيقة، وبذا كان يحاط علماً بكل الأحداث، فعندما يؤمن الشعب بأنه يعلم بأسوا الأمور قد لا يزيد الصورة عبوساً بابتداعه القصص البشعة غير الضروية لتفسير مخاوفه لنفسه.

ومن الحوادث الغريبة فى تاريخ الشائعة انتشار القصص عن موت كثير من الأشخاص البارزين، ومن بينهم الجنرال مارشال وبينج كروسبى بعد مضى بضع ساعات على إذاعة نبأ وفاة الرئيس الأمريكى روزفلت فجأة فى شهر أبريل من عام 1945 .

وإذا لم تكن الأحداث العامة جديرة بالنشر فيحتمل الا تثور الشائعات، ففى بعض الظروف كلما بالغت الصحف فى نشر الأنباء –لاسيما الأنباء الخطيرة– ازدادت تشويهات الشائعات لهذه الأنباء.

شائعات " بيرل هاربور" :

فى يناير وفبراير من عام 1942 غمرت أمريكا شائعات مفزعة لم تتغير، وفحوى هذه الشائعات أن خسائر الأمريكيين فى الهجوم الذى تعرضت له "بيرل هاربور" اعظم بكثير مما اعترفت به السلطات، فزعمت بعض الشائعات ان الأسطول الأمريكى للمحيط الهادى قد غرق فى "بيرل هاربور" فى يوم 7

ديسمبر، وزعمت شائعات اخرى ان 1000 طائرة تم تدميرها على الأرض فى نفس اليوم .

والمعروف الآن أن التقارير الرسمية الأولى لم تكشف عن التقدير الكامل للخسائر التى تكبدها الأمريكيون فى "بيرل هاربور" لأسباب تتعلق بالأمن العسكرى، لذا انبعثت الأقاصيص عن الشك فى أن يكون الأمر كذلك. ولما كان الناس لم يقفوا على الأنباء فإنهم لم يجدوا أى برهان يمكّنهم من السيطرة على خيالهم الذى استولى عليه الفزع.

وقد انتشرت الأقاصيص وبلبلت الأذهان بحيث شعر الرئيس الأمريكى روزفلت بأنه يجب عليه أن يخصص جزءاً من حديثه فى 23 فبراير عام 1942، للتنديد بهذه الشائعات المفزعة.

وفى ذلك الوقت لم يستطع الرئيس الأمريكى أن يعلن القصة كاملة، غير أنه بذل اقصى جهده لتهدئة مخاوف الناس، بأن اذاع أكثر ما أمكنه إذاعته من الأنباء الحقيقية دون تعريض الأمن الأمريكى للخطر.

الدفاع ضد الشائعة:

ليس ثمة ما يدعو إلى الكثير من الدهشة أن المسئولين الرسميين والمواطنين المخلصين اصبحوا يفزعون من الضرر العظيم الذى تحدثه الشائعة فى الروح المعنوية للجبهة الداخلية.

فعلى الرغم من انهم كانوا يؤمنون بأن ترويج الشائعة هو عرض طبيعى لابد من ان يصدر عن الأعصاب المتوترة فى زمن الحرب فإنهم لا يعرفون مدى تأثيره على الروح الانهزامية، وجمود الإحساس، والانقسام الداخلى فى الأمة.

وقد قام "روخ ويونج" فى زمن الحرب بدراسة عن انتشار الشائعة وتقبُلها فى عام 1940، فوزعت بيانات معينة مقتبسة من إذاعات المحور مثل البيان التالى:

"فر اكثر من 300 مجند من قاعدة فورت ويكس بنيوجيرسى أخيراً" ووضع جدول به تقدير لرواج كل شائعة صادرة عن المحور فكان الجدول يشير إلى أن النسبة المئوية لعدد الأشخاص الذين تم الاجتماع بهم والذين سمعوا الشائعة فى نيويورك 8٪ وفى بوسطن 5.5٪ وكان حوالى 23٪ من افراد العينة كلها قد سمعوا على الأقل عن إحدى الشائعات، ولكن هل صدقوها ؟

لذلك وضع جدول آخر يبين درجة تقبّل الشائعات بسؤال كل فرد من افراد العينة عما إذا كان يعتقد ان الشائعة صحيحة أو لا.. (هل كان قد سمعها من قبل او لا) وكان معدل تقبل الشائعة فى مدينة نيويورك 9.4٪ وفى بوسطن 3.8 % وتبين ان انتشار الشائعة وتقبلها بين الفقراء أكثر من انتشارها وتقبلها بين من هم أكثر ثراء، وكانت نسبة انتشارها وتقبلها بين من تعدوا سن الخامسة والأربعين أكثر من انتشارها وتقبلها بين من هم أصغر سناً، وبين اليهود أكثر منها بين غير اليهود.

ويمكن تفسير ميل اليهود لتقبل الشائعات فى هذا البحث بأن معظمها من النوع الذى يقصد به التخويف الذى يمثل مخاوف اليهود وعدم شعورهم بالأمان فى أيام الحرب الأولى.

ولقد كانت الوكالات الحكومية التى تتعرف على الرأى العام فى جميع أنحاء البلاد الأمريكية حريصة على منع انتشار الشائعات الضارة ولكن المشكلة التى كانت تحيرها هى الإجراء الذى يمكن اتباعه فى هذا الشأن، فقد راينا فى إحدى المناسبات الرئيس الأمريكى ذاته يتحدث فى الراديو فينفى شائعة معينة،

كما اشار فى أواخر أيام الحرب بصراحة إلى بعض الشائعات التى تعكس روح الكراهية العنصرية والدينية، وعمل على مقاومة انتشار هذه الشائعات .

والواقع ان كتاب " فُرق تسد" وغيره من المطبوعات التى أصدرها مكتب الحقائق والأرقام الذى لم يطل بقاؤه لم تكن سوى أسلحة ضد الشائعات، وقد خصص مكتب الاستعلامات الحربية الأمريكية أحد أقسامه للسيطرة على الشائعة.

إن فلسفة هذا المكتب كانت تختلف شيئاً ما عن "عيادات فحص الشائعات" الخاصة، فقد ركزت العيادات جهودها على تفنيد القصص الكاذبة بينما وضع مكتب الاستعلامات الحربية الأمريكية ثقته فى النظرية القائلة بأن "الشائعة تنتشر عند وجود أنباء"، وركز جهوده حول تحسين نوع الأنباء المذاعة وزيادة ثقة الناس بها .

وعلى الرغم من أن مكتب الاستعلامات الأمريكى أعرب عن شكوكه فى حكمة تكرار الشائعات من أجل تفنيدها، فقد امتنع عن التدخل فى إدارة عيادات فحص الشائعات فى الصحف الشعبية، ومن رأى العلامة لودن Loudon ان الاتصالات اليومية المنتظمة هى السبيل الوحيد للرد على الشائعات المغرضة.

وقد تزايدت أهمية رجل الدعاية كمستشار فنى يقوم بإطلاع رجل السياسة على هذه المشاعر فأصبح له الحق فى ان يقول رايه فى السياسة التى يحتمل أن ترضى الشعوب ، وهكذا أصبح رجل الدعاية بالتدريج مستشاراً سياسياً.

سابعاً : الحرب النفسية Syke War:

يمكن إدراك حقيقة الحرب النفسية بكل بساطة إذا فهمتها على أنها تطبيق للدعاية فى تحقيق أهداف الحرب على نحو التعريف التالى: "تتضمن الحرب النفسية استخدام الدعاية ضد العدو بالإضافة إلى استعمال وسائل أخرى لها طابع النشاط الحربى أو الاقتصادى أو السياسى على النحو الذى يكون مكملاً لنشاط الدعاية."

وإذا أخذنا بهذا التعريف وجدنا الحرب النفسية لوناً من النشاط الدعائى الذى استجد فى الحرب العالمية الثانية.

وعلى هذا الأساس أيضاً نشأ نظام وحدة الحرب النفسية فى كل ميدان من ميادين الحرب، وقد اعتنق رجال الحرب الأمريكيون نظريات الحرب النفسية.

ومع ذلك، فهذا استعمال واحد من بين استعمالات الحرب النفسية، وهناك بصفة خاصة معنى آخر استخدمت فيه هذه العبارات استخداماً سيئاً إبان الغزو الألمانى لأوروبا وأقصد به الحرب المشتعلة على أساس سيكولوجى.

ويعرف الأمريكيون كلمة الحرب النفسية، بأن سلسلة الجهود المكملة للعمليات الحربية العادية عن طريق استخدام وسائل الاتصال التى يستخدمها النازيون، أى أنها تصميم وتنفيذ الخطط الاستراتيجية الحربية والسياسية على أسس نفسية مدروسة، ومن وجهة نظر الأمريكيين تضمنت العبارة تغييراً تناول الأساليب الحربية التقليدية عن طريق استخدام سلاح جديد وتطبيقه على نطاق واسع..

اما وجهة نظر الألمان فقد تضمنت هذه الكلمة تغييراً طرأ على عملية

الحرب نفسها، كذلك سميت "حرب الأعصاب" وهناك باحث صحفى ابتدأ نشاطه فى استقصاء ما يعرف (بالطابور الخامس) الذى كان يعمل لحساب المحور فى الشرق ثم صار فيما بعد عضواً فى الهيئة التى كانت تضع الخطط للحرب النفسية للبحرية الأمريكية، وقد الف هذا الرجل كتاباً اسماه السيكولوجية الألمانية، ذكر فيه أنه بمجرد أن انقشعت حالة الذعر من الغزو الألمانى اكتشف أن التجديد فى النشاط الحربى الألمانى بدأ فى ميدانين هامين:

الأول : التوحيد التام أو شبه التام بين المجهودات الحربية ونشاط السياسة والدعاية والهدم.

الثانى : ما أسفرت عنه بحوث علم النفس الحديث من نتائج يمكن أن تستخدم فى تحقيق الأهداف الحربية.

والواقع أن الألمان قاموا بالخطوات الأولى فى هذا المضمار قبل "الحرب" وفى المراحل الأولى منها، وإذا كانت الأسلحة النفسية تشتمل على قدرة اقوى من المدافع- كما يقولون- فإن استعمالها صعب إلى حد بعيد، ولا يمكن استعمال مفتاح العوامل النفسية إلا بكثير من المهارة.

ومن افظع الأخطاء النفسية التى اقترفها الألمان اعتقادهم بأن جميع الناس يخضعون لعوامل واحدة، ولقد كان هذا خطأ فاحشاً بالفعل لأن النظريات العلمية الحديثة تبين أنه لا يمكن إخضاع جميع الناس لعوامل واحدة، لذلك نجد النظرية الماركسية تؤمن بالمادية بينما نجد النظرية الديمقراطية تؤمن بالفكر الإنسانى، وفى الغزو الألمانى لأوروبا اهتم قادة الألمان بتحليل الرأى العام ولكن ظهر فى آخر الأمر أن الكثير من هذا التحليل كان يستند إلى التخمين.

ولقد خيِّل إلى الناس فى ذلك الوقت أن النازيين ربما عثروا على نظرية علمية تحدد بالضبط وقت استسلام العدو.

هذا وتحاول الحرب النفسية كسب الحرب بدون استعمال وسائل العنف، والذى حدث فى بعض عصور التاريخ هو أن الحرب النفسية اعتُبرت ضرباً من الأساليب التى لا تتفق والرجولة والشجاعة، فمن الطبيعى للرجل المحارب أن يعتمد على الأسلحة لا على الكلام، وفى نهاية الحرب العالمية الأولى نظروا لهذه الوسيلة –وهى الدعاية– نظرة تقدير من المجتمع، ومع ذلك فقد تمخضت الحرب العالمية الثانية عن عدد من ضباط الجيش والبحرية كانوا ينشطون فى نطاق الحرب النفسية كما أن جزءاً كبيراً من النشاط قام به العسكريون بلا أدنى مساعدة من جانب المدنيين.

ويمكن تقسيم هذه الدعاية إلى قسمين:

الدعاية الاستراتيجية : وتوجَّه ضد قوات العدو والشعوب المعادية والمناطق التى يحتلها العدو بأكملها وهى بالإضافة إلى الخطط الحربية الموضوعة تستهدف تحقيق أغراض موضوعية مدروسة فى فترات قد تمتد إلى أسابيع أو أشهر أو سنوات.

الدعاية التكتيكية : وهى تتعلق بالخطط فتوجه إلى عدد معين من المستمعين المحدودى العدد فى الغالب وهى موضوعة تدعيماً لتعليمات حربية محلية.

ويوجد تقسيم ثالث للدعاية على أسس أخرى تعتمد على العلاقة بين نشاط الدعاية والدعاية المضادة التى يقوم بها العدو، وهذا هو ما نسميه دعاية دفاعية وأخرى هجومية.

فقبل قيام الحرب العالمية الثانية ظهرت أهمية خاصة للتمييز بينهما ولكن التجارب التى حدثت فى كل الجبهات الحربية أثبتت أن القيمة الحقيقية مرتبطة بالحوادث التى تحدث أو لا تحدث فى كل يوم، والواقع أن الدعاية شديدة الاتصال بالموقف من حيث ما يكتنفه من أخبار وآراء، لذلك لا تحتمل تحليلاً دقيقاً قبل بناء العلميات الحربية.

فوضع الخطط التفصيلية ينتهى بوجودها فى الملفات ولذا كان التمييز بين دعاية هجومية وأخرى دفاعية يتضاءل أمام الاعتبارات العملية ومع ذلك فيمكن بيان الفارق بين النوعين إذا توخينا الدقة فى التعريف:
الدعاية الدفاعية : الاحتفاظ بنوع من النشاط الاجتماعى أو العام متفق عليه ومعمول به، ومن هذا القبيل الدعاية السوفيتية لمشروع السنوات الخمس.
الدعاية الهجومية : وتستهدف وقف أى نشاط اجتماعى لا يرغب فيه القائم بالدعاية أو التوجيه وتحويله إلى نشاط جديد يرغب فيه، وفى تحقيقه إما عن طريق وسائل ثورية (فى نفس المجتمع) أو عن طريق وسائل دولية دبلوماسية أو حربية (بين مجتمعات مختلفة) .

وثمة تفرقة أخرى بين ألوان الدعاية يردها إلى الهدف القائم فى أذهان رجال الدعاية أو طابعها بالنسبة لهؤلاء الذين يقومون بهذه الدعاية، وهذه الفروق مثل قولنا هجوم دفاعى فهى هنا تصدق من الوجهة النظرية لا من الوجهة العملية، لأنها لم تحدث عملياً، ولو أن الكثير من موضوعات الدعاية المضطربة أشارت إليها.

وأقرب مثل لهذه الدعاية هو مسألة فلسطين واتباع الدعاية الهجومية فإن السبيل إلى المحافظة على الكيان العربى هو بعث اليأس فى قلوب الصهيونيين

من إمكان السيطرة على هذا الكيان، وتعميق ذلك اليأس وتمكينه، والسبيل، ولا سبيل غيره، هو قوة الكيان العربى، وقوته فى وحدته.

الدعاية الانقسامية : ويقصد بها الدعاية التى تُحدث انقساماً فى جماعات العدو، أو تحدث تصدعاً فى جبهة معينة فى الجيش تعتبر وحدة قائمة بذاتها (مثل الحملة التى قام بها الحلفاء حين أوعزوا إلى الجنود الكاثوليك فى المانيا بأن يثوروا على القومية الألمانية) .

دعاية التركيز : يقصد بها تفنيد جانب من دعاية العدو فى موضوع معين (كالاتهامات التى يوجهها اليابانيون للفظائع الأمريكية رداً على مثيلاتها من الاتهامات الأمريكية) واقرب مثل للدعاية المعارضة هو ما كتبه جون بيتر فى كتابه" الصحافة فى أمريكا" واثر الرقابة الصهيونية عليها : "إن الكارثة الجديدة التى تهدد حرية القول هى كارثة وطنية تطعننا فى الصميم.. إن الرقابة الخاصة تكبل ايدينا بأغلال حديدية وتأتى فى صورة جماعة من المعلنين الذين يدفعون بسخاء.. إن الإعلان هنا تقوم به وكالات قوية متخصصة تتمتع بسلطات واسعة وتملى إرادتها على الصحف " .

ثامناً الحرب السياسية:

معنى الاصطلاح : يقال عن مرحلة المخابرات التى تستخدم فيها المعلومات استخداماً هجومياً اعتدائياً بقصد تسميم الأفكار وخلق أحوال خاصة: "الحرب السرية" وقد اعتبرت الحرب السرية فى السنوات الأخيرة لوناً له قيمته بين الوان الصراع البشرى المعروف من قبل.

وتستخدم هذه المرحلة من مراحل المخابرات –على ما يقول السير روبرت بروث لوكهارت المدير العام للجنة الحرب السياسية الإنجليزية– كل الوسائل

السياسية تبعاً لانفصالها التام عن الوسائل العسكرية، فهى عمليات المخابرات التى تستخدم الآراء للتأثير فى السياسة، إنها تعمل دون ما عنف على نقيض الحرب العسكرية التى يفرض فيها المنتصر رغبته على المهزوم بالعنف أو بالتهديد باستخدام العنف.

وكلمة " الحرب السياسية "اصطلاح إنجليزى أصلاً وتختلف التسميات التى تُطلق على هذا العمل باختلاف البلدان، ففى ألمانيا يقال عنه "الحرب الفكرية" وذلك بقصد تأكيد حقيقة أن ميدان هذه الحرب أساسا هو الميدان الثقافى، وأنه يستهدف التأثير فى الأفكار والآراء.

وفى روسيا حيث يتأثر القائمون بالأمر بفكر كلاوز فيتز من أن كل صور الحرب إنما هى صور سياسية يسمى هذا اللون من ألوان الحرب" بالدعاية"، وفى الولايات المتحدة يقولون عنها "الحرب السيكولوجية" أو" العمليات المعنوية" أى العمليات الموجهة ضد معنويات العدو.

وفى رأينا أن التسمية الأولى تكشف عن استخدام "علم النفس" فى هذه الحرب على حين تكشف التسمية الثانية عن أن هدف هذه الحرب هو معنويات العدو.

ولو شئنا أن نتعمق فى البحث فإننا لن نجد أياً من هذه المصطلحات يعبر تماماً عن الواجب أو الدور الصحيح للحرب السياسية فإن هذه المصطلحات كلها على اختلاف البلاد التى تستخدمها (والتى ذكرنا كلاً منها مع الاصطلاح الذى نطلقه على هذا اللون من ألوان الصراع البشرى) إنما تعنى أساساً "الدعاية" أى تعنى الجهد المنظم الذى يُبذل للتأثير فى اتجاهات الناس .

ومع هذا فإن الحرب السياسية إنما هى أبعد مدى من هذا بالنظر إلى أنها تشتمل بالإضافة إلى دعاية على العمل الدبلوماسى وعلى تحركات اقتصادية، تعمل كلها معاً فى تعاون منسق.

تاسعاً الحرب الدبلوماسية والحرب الاقتصادية:

وقد تستخدم الدبلوماسية مثلاً لحث الأمم لكى تدخل فى أحلاف أو لكى تبقى على الحياد، كما قد تستخدم لتمزيق أحلاف معادية قائمة فعلاً. ويمكن أن تُستخدم لوقف وإنهاء حروب بالمفاوضات حتى مع استمرار قيام العمليات الحربية.

وقد استخدمت الدبلوماسية فى هذه الصورة الأخيرة سنة 1945 عندما بُذلت الجهود لإنهاء الحرب ضد اليابان فى الميدان الدبلوماسى لا فى الميدان العسكرى.

وفى سنة 1935 عندما أرادت بريطانيا منع إيطاليا من مهاجمة الحبشة استخدمت النفوذ الدبلوماسى عن طريق عصبة الأمم كما طبقت بعض ألوان الضغط الاقتصادى بوساطة التجارة العالمية، وتحدد الولايات المتحددة فى الوقت الحاضر التجارة مع الدول الشيوعية بينما تقدم المنح والمعونات الاقتصادية بسخاء للدول الصديقة لها، التى تحالفها.

ومع هذا فإن كلاً من الحرب الدبلوماسية والحرب الاقتصادية تعتبر وسيلة منفصلة تماماً عن الأخرى وتقوم بتنفيذ كل منها هيئة خاصة مثل السلك الدبلوماسى بالنسبة للأولى والهيئات الاقتصادية الأخرى الخاصة بالنسبة للثانية، وتعمل هذه الهيئات بحيث يمكن أن تؤثر فى عدد كبير من الناس ولكنها لا تتصل اتصالاً مباشراً بهم.. بل إن الدبلوماسية خاصة توجه فى

الحدود التى تعمل فيها وغالبا ما يكون عملها فى هذه الحرب فى صورة غير مباشرة، ودون أى اتصال مباشر مع الجماهير.

ولعل أقرب مثال للحربين الدبلوماسية والاقتصادية ضدنا هو ما تقوم به الدعاية الصهيونية فى المجالات الدبلوماسية والاقتصادية ابتغاء التآمر علينا والحاق الضرر بنا.

عاشراً الدعاية الدينية والدنيوية:

يجب علينا أن نميز بين الدعاية الروحية التى تدعو إلى الإيمان الدينى، والدعاية الدنيوية التى تستهدف اتجاهات سياسية، ولقد كانت الدعاية الروحية آلة قوية استخدمتها الكنيسة الرومانية قبل أن تستخدمها الأمم لأغراضها الخاصة أجيالاً طوالاً.

وصلاة القداس التى دعا إليها البابا أوربان الثانى فى كليمزنت من اعمال فرنسا فى سنة 1095 لنصرة أول حملة صليبية كانت عملاً بارزاً من أعمال الدعاية.

وفى سنة 1633 انشا البابا جريجورى الخامس عشر ما يمكن أن يعد أول هيئة للدعاية بقصد نشر الكثلكة (المعتقد الكاثوليكى) وهكذا يتضح أن الدعاية الدينية تُستخدم إما لنشر الأديان أو انها تستخدم كوسيلة سياسية ضد عدم إيمان دولة أخرى بالأديان السماوية بل إننا نجد فى كثير من الأحيان استخدام اللغة كعائل قومى وكأسلوب فى الدعاية وإن تكن نظرية" ارتباط القومية باللغة" قد أثارت رد فعل قوى فى المحافل الفرنسية، الفكرية والسياسية، لأنها كانت تخالف مطامع فرنسا وتعُرض مصالحها للأخطار.

الدعاية الدنيوية وامثلة من الدعاية للحرب:

وقد أصبحت الدعاية الدنيوية عملاً منظماً تقوم به الأمم فى السنوات الأخيرة فقط ولكن ما من شك فى أنها قديمة قدم الإنسان نفسه وقد بدات فى طابع بدائى تبعاً لطاقة الإنسان وقدرته على نشر آرائه وأفكاره وقد استخدمها "جدعون" عندما نجح فى إيهام أهل "مدين" بأن جيشه –الذى كان يتكون فقط من ثلاثمائة مقاتل –أقوى من جيشهم الكبير العدد، واستخدمها "وانج منج" فى الصين كما استخدمها تيمو ستوكليس الأثينى (نسبة إلى اثينا) ويصف هيرودوت المؤرخ استخدام تيمو ستوكليس للدعاية استخداماً ناجحاً بقوله:

"وبعد أن تخير تيموستوكليس أقوى سفن أهل أثنيا ابحر منها إلى حيث توجد مياه تصلح للشرب ثم حفر على الصخور بضعة أسطر وعاد لتوه، فلما جاء سكان الجزر من الأيونيين قرأوا هذه السطور التى جاء فيها:

"يا أهل أيونيا ... إنكم تخطئون ضد آبائكم فى معاونتكم العدو لإذلال بلاد اليونان... لهذا انضموا إلينا فإن لم تستطيعوا هذا عودوا بقواتكم واطلبوا من أهل كاريا أن يفعلوا هذا أيضاً، فإن لم تستطيعوا لا هذا ولا ذاك وكنتم فى حاجة للبقاء فى صفوف العدو فتمارضوا عندما تبدأ المعركة ويشتد القتال وتذكروا دائماً أنكم من نسلنا وأن أعداء المتبربرين لنا إنما بدأ أصلاً منكم وبسببكم."

أساليب تغيير الرأى العام

تعددت أساليب تغيير الرأي العام فهناك أساليب سلبية وهناك أساليب إيجابية، هذه الأساليب بيُنها الدكتور مختار التهامي فى اربعة :

1- اسلوب التكرار والملاحقة : يؤمن الكثير بأن اسلوب التكرار هو انجح الأساليب لتغيير الرأي العام وهذا الأسلوب اتبعته المانيا قبل الحرب العالمية الثانية. وقد وصف (جويلز) وزير الإعلام الألماني قبل الحرب العالمية الثانية هذا الأسلوب قائلاً: إن سر الدعاية الفعالة يكمن لا فى إذاعة بيانات تتناول آلاف الأشياء، ولكن فى التركيز على بضع حقائق فقط، وتوجيه آذان الناس وأبصارهم إليها مراراً وتكراراً.

2- أسلوب الإثارة العاطفية: إن احترام الجماهير يقوم على المناقشة والإقناع، أما إثارة عواطفها فما هو إلا تعبير عن الاحتقار لتلك الجماهير. لقد كان القائمون على الإعلام فى المانيا قبل الحرب العالمية يؤمنون بأن استجابة الجماهير تقوم على العاطفة لا على العقل ولذلك فقد وجّهوا جهودهم إلى مخاطبة العواطف، وخاصة عاطفة إثارة الحقد والكراهية التي تقوم على التشهير والتشويه وقلب الحقائق.

3- اسلوب عرض الحقائق: ويعتمد هذا الأسلوب على عرض الحقائق كما هي على الجماهير إيمانًا بأن الحقائق الناصعة اقوى اثراً وأبقى على الزمن من عرض الأكاذيب والشائعات، وهذا الأسلوب يقوم على احترام عقلية الجماهير، واحترام توجهات الوطن .

4- اسلوب تحويل انتباه الجماهير: إن معارضة الرأي السائد بين الجماهير هو أمر صعب فمعارضة رأي أو تيار قد استقر في نفوس وعقول

الجماهير يبدو صعبًا حتى لو كان ذاك الراي أو التيار خاطئًا لذلك نرى الكثير من القائمين على الإعلام يلجؤون فى مثل هذه الحالة إلى تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع آخر فى مثل أهمية الموضوع الذي تتبناه الجماهير.

وأضاف الدكتور خالد اللحام أسلوبًا خامسًا وهو:

5- أسلوب الإشاعات: إشاعة معينة تجعل الناس يهتمون بقضية معينة كانوا غير مهتمين بها من قبل.

والرأي العام ليس دائماً على صواب، فقد يكون نتيجة لتأثير قوًى ضاغطة لها قوتها ولها وسائلها الفاعلة. كما أن الرأي العام ليس صالحًا دائما فنرى فى الغرب رأيًا عاماً يدعم الفساد كالإجهاض وتقنين الفاحشة وغيرها.

ويجب التنبيه إلى أن ليست كل توجهات الرأي العام إيجابية، فالجماهير قد لا تكون على درجة من الوعي السياسي والثقافي فيكون تحركها استجابة لتأثيرات داخلية أو خارجية قد توجهها للطريق الخطأ الذي لا يخدم الوطن ولا مصالحه العليا.

كما أن صناع القرار قد لا يستطيعون إما لأسباب أمنية أو لاعتبارات أخرى إحاطة الجماهير بكل ما يتعلق بسياساتها أو توجهاتها لإيمانها بأن غالبية الجماهير وخاصة البسطاء يجهلون المصلحة الحقيقية للوطن خاصة تجاه موقف ما أو قضية معينة، فالسواد الأعظم غالبًا ما يتحرك تحت تأثير العاطفة والارتجال والتسرع.

أما الإسلام فقد اعتمد فى تكوينه كما ذكر الأستاذ حيدر قفه على أسس ثلاثة هي:

أولاً: العبادة لتقوية الضمير المتصل بخالقه، الرقيب عليه فى السر والعلن. لأن المسلم ينطلق من عقيدة راسخة بأن الله مطلع عليه فى كل افعاله وأحواله.

ثانياً : الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر لخلق البيئة الصالحة التي يتعايش فيها المسلم.

ثالثاً: تقوية خلق الحياء لأن من يتملكه الحياء لا يقدر على فعل ما يعاب وإن نازعته فى ذلك نفسه الجهول، ولا يقصر فى مطلوب منه ممدوح وان استمالته للتقصير صوارف آنية ضاغطة، ولذا قال رسول الله - صلى الله عليه وسلم - : " الحياء لا يأتي إلا بخير " .

إن الصحة لا تكون حكمًا لازمًا مع الكثرة كما قال سبحانه وتعالى: (وإن تطع اكثر من فى الأرض يضلوك عن سبيل الله) .

إذن فالقضية تمييز بين حق وباطل، لا انبهار بكثرة، فقد تكون الكثرة غير صالحة، ولا خير فيها، وقد يكون الخير فى القلة الصالحة. أما من يزعم بأن الانفراد بالرأي خروج على إجماع الأمة، فقد رد على ذلك ابن مسعود رضي الله عنه: " الجماعة ما وافق الحق ولو كنت وحدك " .

ومن الأساليب التقليدية لتغيير الرأي العام أسلوب التكرار والملاحقة ولا تحدث الاستجابة العاجلة فى الغالب من الجمهور إلا بعد ترسيخ الأفكار والمعتقدات التي تسعى لها الدعاية ويأتي ذلك من خلال جهد منظم يعتمد التكرار بهدوء حتى تتركز الأفكار فى أذهان المستهدفين فيسهل تأثرهم وتتحقق أهداف الدعاية .

والحقيقة ان اسلوب التكرار فى مخاطبة الجماهير احد الأساليب الشائعة التي تستخدمها الدعاية فى كل مكان وزمان ، وخاصة حين تتجه المخاطبة إلى إثارة العواطف والمشاعر لا إلى العقل . وكلنا يذكر الأسلوب التكراري الذي اتبعته الدعاية الصهيونية بعد حرب(1967) لتثبيت مفاهيم وافكار معينة عن الشخصية العربية مقارنة بالشخصية الإسرائيلية , وذلك فى محاولتها قهر العرب نفسياً" إلى أبد الدهر.

وهناك أسلوب الإثارة العاطفية و أسلوب تحويل الانتباه للجماهير ويهدف إلى تحويل انتباه المتلقي إلى المسائل الثانوية لا إلى المسائل الرئيسية، مثل الحديث عن الحصار على قطاع غزة فالكل يتحدث عن الدور الإسرائيلي فى الحصار ويدعون إسرائيل إلى رفع الحصار فى حين أن المسألة الإسرائيلية هي وقوع فلسطين تحت الاحتلال الصهيوني وكذلك قد يصعب فى أحيان كثيرة معارضة الراي السائد بين الجماهير بالنسبة لمسالة أو موضوع معي، والأسلوب الذي يتبعه الاعلام فى مثل هذه الأحوال هو تحويل انتباه الجماهير إلى موضوع اخر فى مثل اهمية الموضوع المثار او اكثر اهمية .

وهناك الكثير من الأساليب التي يمارسها الإعلام فى هذه العملية كأسلوب البرامج الايجابية المحددة وأسلوب الصمت و الالتباس و التماثل و إتباع الغير والتأكيد او صناعة الرموز والشائعات وغيرها من الأساليب التي يستغلها الإعلام للتأثير على الراي العام .

عقل الجماهير بين التشويه السياسي وانتفاضة الوعي

يمكننا فهم "الرأي العام" كمفهوم اجتماعي يعبر عن تشكل اتجاهات التفكير واتخاذ المواقف والتعبير، وأيضاً كمفهوم سياسي يعكس علاقة المجتمع والدولة.

ويمكن فهم الرأي العام من خلال اقترابين:

الأول: تمييز مفهوم "الرأي العام" عن المفاهيم المقاربة والمشابهة والمتداخلة مثل: الميول السياسية، والاتجاه السياسي، الموقف السياسي، الحكم السياسي، الحشد العام. وبالتمييز بين "الرأي العام" و"الاتجاهات أو الميول" و"الفعل السياسي" أو السلوك، والأحكام؛ فالرأي العام يختلف عن الاتجاه والميل؛ ففي حين يكون الأول معلناً ومعبراً عنه نجد أن الثاني استجابة داخلية مبكرة. والرأي دليل على وجود الاتجاه أو الميل، ولكن العكس ليس حتمياً؛ فالميل لا يشترط أن يتحول إلى رأي يتم الإفصاح عنه؛ فما يميز الرأي العام عن الرأي الشخصي هو درجة العمق والاستقرار، والتراكم الجمعي، ثم العلانية.

ووصف "العام" يعني أنه يقوم على أساس قضية معينة تخضع للنقاش العقلاني، فى حين أن مفهوم الحشد الجماهيري يتميز بوحدة التجربة الوجدانية، لكنها قد تكون ظرفية وعشوائية، أو تكون من جهة أخرى موجهة وغير حرة أو عقلانية؛ كما فى نماذج "التعبئة السياسية" فى النظم السياسية السلطوية، ويصبح السؤال هو: كيف يمكن ضمان استقلال الرأي العام عبر عملية تشكل مدنية ترتبط بنمو الحركات الاجتماعية وفاعليتها؟ وعبر توظيف ما تقدمه ثورة الاتصالات والمعلوماتية والاستفادة منها فى فهم ما يجري فى

السياسات العالمية، وأيضاً استكشاف كيف يمكن - رغم هذه الإمكانات الاتصالية- أن تفلح دولة ما فى خلق نوع من "الحشد الجماهيري" لتأييد العمل العسكري فى السياسة الخارجية كأسلوب للتعامل مع الأزمات ولزيادة التأييد السياسي، وزيادة فرص الفوز فى الانتخابات، فى حين يتسم النظام السياسي بالليبرالية، وهي من تحديات فهم كيفية تطور وتشكل الراي العام بشكل معقد ومركب.

ويمكن القول: إن المعايير التي يمكن من خلالها التمييز بين "العام" و"الخاص" قد غدت أكثر غموضاً وهلامية؛ وأن هناك اتجاهاً متزايداً نحو "تعميم" الخاص النابع من الحضارة السائدة والمهيمنة؛ بحيث يكون عاماً لجميع الثقافات والمجتمعات الأخرى المتميزة عنها والمختلفة معها، ويتزامن هذا مع تفكك العمومية وتشرذم الجماهير لتنوع قنوات الاتصال وتعددها واختلافها.

الثاني: كشف العناصر والمكونات الداخلية فيه؛ فالوحدة التحليلية هي "الأغلبية" بوصفها المجموع العددي أو الرقمي للأفراد المكّونين لهذه الأغلبية التي يمكن قياسها والتي تمارس الحكم باسم هذه الأغلبية؛ لكن هناك تقسيمات داخلية للظاهرة على أساس معايير اجتماعية، واقتصادية، ومتغيرات مثل: الريف/ الحضر وأيضاً العمر، وفى إطار هذا التركيب هناك مفهوم "قادة الرأي العام" بوصفه إطارا تحليليا متسعا يشمل أولئك الذين فى مقدرتهم التأثير فى آراء الآخرين أو تغيير رؤيتهم للقضايا المختلفة باعتبارها عملية تتكون من عدة مراحل متواصلة يكمل بعضها البعض الآخر: (المشكلة، والاقتراحات والحلول)، ومراحل تتطور من "الرأي" حتى نصل إلى القرار السياسي الذي هو محط اهتمام التحليلات السياسية باعتباره أرقى أشكال التعبير السياسي الجماهيري.

التطورات المنهجية فى مجال دراسة الرأي العام:

يمكننا تقسيم التطورات المنهجية فى مجال دراسة ظاهرة الرأي العام فى عدة مراحل متتابعة؛ فمنذ منتصف القرن التاسع عشر كانت الدراسات فيه "معيارية فلسفية"، ثم انتقلت إلى حقل "النظرية السياسية" مع صعود النظرية الديمقراطية، ومع نهاية القرن تزايد الاهتمام بالتحليل النظمي والطرق الأمبريقية الاختبارية فى دراسات الرأي العام، وفى القرن العشرين ركزت دراسات الرأي العام على الجوانب السيكولوجية والاجتماعية أكثر من النواحي السياسية والفلسفية، وتحول الاهتمام إلى وظيفة وقوة فى المجتمع، والوسائل التي يمكن بها تعديله أو التحكم فيه، وأهمية العوامل الوجدانية والنفسية فى تشكيله؛ وفى نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين عاد الاهتمام مجددا إلى التركيز على الأبعاد السياسية والفلسفية. وفى الواقع الراهن يمكننا عند النظر لدراسات الرأي العام أن نجد موضوعين على درجة من الأهمية:

(أ) عودة الاهتمام والتركيز مجددا على الأبعاد السياسية والفلسفية فى دراسات الرأي العام؛ خاصة تلك المتعلقة بالعملية السياسية (كالمشاركة، والتصويت، وعلاقة السلطة الحاكمة بالرأي العام)، وفى هذا الإطار راجعت هذه الدراسات التفرقةَ المستقرة بين خصائص الرأي العام فى البلدان المتقدمة وبلدان العالم الثالث المتخلفة؛ فى إطار مراجعة وإعادة النظر فى مقولات عصر التنوير بصدد عقلانية ورشادة الرأي العام، والاهتمام بخصائص؛ من قبيل: طغيان الأغلبية، القابلية للاستهواء، سيطرة النخبة... إلخ.

(ب) تزايد إسهامات علماء السياسة والنفس والاجتماع خاصة، ورغم أنه كان لهذه العلوم إسهاماتها الواضحة فى بناء نظرية الرأي العام خلال النصف

الأخير من القرن العشرين، فإن دراسات الرأي العام عادت إلى بؤرة اهتمامات هذه العلوم مرة أخرى. وفهم ظاهرة الرأي العام يستلزم الاستعانة بالعلوم الإنسانية والتي لن تستطيع بدورها تفسير العديد من الظواهر التي تتناولها دون الرجوع إلى عملية الراي العام ذاتها.

التخصص والمهنية فى مجال الإعلام

ولا شك أن الإعلام الجماهيري قد فرض تطورا ضخما على طبيعة الظاهرة الاتصالية، يبرز بشكل واضح فى الناحية المهنية التخصصية، فنلاحظ:

أ- الاتجاه إلى التخصص المهني الإعلامي، سواء من حيث الأداة أو من حيث المرحلة التي ينتمي إليها نشاطه فى ديناميات عمليات الاتصال؛ (إعداد، صياغة أو نشر الرسالة).

ب- جعل الرقابة أو ضبط العملية الاتصالية فى الإعلام الجماهيري مباشرة بواسطة ممثلي المهنة باسم الرقابة الذاتية والتي تعني أن من ينتمي للعملية الاتصالية هو وحده الذي ويستطيع مزاولة الضبط، وهو ما يتناوله فيما بعد فى نظرته لعملية الرقابة والتي سوف نتناولها فى النقطة اللاحقة.

ويفترض هذا فهم عملية الاتصال كحقيقة هيكلية، وكذلك فى أبعادها الديناميكية المختلفة؛ فالرسالة الاتصالية بمجرد أن تستقل عن مرسلها تملك وجودها الذاتي والهيكلي، لكنها لا تستقل عن الرسالة وظيفيا، وهذا ما نراه بخصوص ظاهرة رد الفعل التي تعني أن الرسالة إذا لم تحقق هدفها بشكل أو بآخر فلا بد أن تعقبها رسالة أخرى واحدة أو أكثر حتى تنتهي بتحقيق الهدف.

وتفترض عملية الاتصال ان هناك عاملاً مشتركاً من المفاهيم والرموز

بين المرسل والمستقبل بحيث إن كليهما ينتمي - ولو في قسط معين- إلى تقاليد تتحد فيها العناصر والمفاهيم المشتركة، وإن لم توجد هذه الدائرة فلا إمكانية لخلق وتحقيق عملية الاتصال.

وتتنوع أشكال الاتصال؛ فقد يكون فردياً أو جماعياً من حيث المرسل، وقد يكون فرديا او جماعيا من حيث المستقبل؛ أي له نماذج أربعة (فردي مرسل، فردي مستقبل، جماعي مرسل، جماعي مستقبل).

ومن الناحية الهيكلية الخاصة بتطور العملية الاتصالية نميز بين مراحل مستقلة وهي:

المرحلة الأولى: تتركز حول استعداد صاحب الرسالة لنقل حقيقة أو فكرة أو تصور للجمهور، وبسط مفاهيمها بحيث تحقق الأثر المطلوب. ويسعى المرسل لاكتشاف خير وسيلة وخير أداة تسمح بإرسال الرسالة، ويصوغ الرسالة في لغة قد تأخذ صورة الفعل المادي أو صورة التعبيرات القولية. وبهذا المعنى يصير الاتصال سلوكاً؛ فهناك مرسل يلجأ إلى السلوك غير المباشر، وآخر يستخدم ألفاظاً صريحة واضحة، وقد يفضل ثالث اللجوء للواقعة أو إلى الإشارة يعبر بها عن مفهومه وأهدافه.

المرحلة الثانية: انطلاق الرسالة؛ فالاتصال ليس حقيقة من جانب واحد بل من جانبين، بمعنى أنه لا يعبر عن رسالة تصدر من مرسل لمستقبلها، وإنما هناك رد فعل من جانب المستقبل يأخذ شكل رسالة أخرى من المستقبل تتجه إلى المرسل، وهذا الذي يسميه العلماء رد الفعل الذي يعني التعقيب على رسالة أولى تعود لنفس المصدر بحيث تتحدد على ضوء العودة مدى نجاح الرسالة الأولى من حيث النتائج وطبيعتها من حيث التفاعل، وهذا يعني نتائج معينة، فبداية الرسالة ليست حقيقة فردية؛ بل هي أساسا حقيقة اجتماعية ونجاحها يتوقف

على ذلك. والرسالة يجب أن تقنن، ويجب خضوع فك عملية رموز التقنين، وهذه تتحدد بالحقيقة الاجتماعية؛ بمعنى أن المجتمع هو الذي يعطي لكل رمز فى الرسالة معنى أو دلالة معينة، والرسالة بمجرد خروجها وانفصالها عن شخص المرسل فإنها تستقل هيكليا كما أسلفنا.

المرحلة الثالثة: تدرس الأثر المباشر للرسالة أو بعبارة أخرى تحليل عملية الاتصال من الناحية الديناميكية.

الرأي العام والدولة والسياسة :

الدولة الحديثة نموذج فريد من نوعه. وهي تعلن ان واجب الدولة هو ان تدع شخصية الفرد تتكون وتتكامل ثقافته بحرية ودون قيود. ورغم ذلك فهي تشعر بأن واجبها ان تضع قنوات ثابتة ومنظمة تسمح لها بأن تشكل الإطار الفكري للمواطن بطريق أو بآخر، ولعل هذه الملاحظة تفسر أهمية تطوير نظرة نقدية للوظيفة الاتصالية فى المجتمع المعاصر تنبع من تمكين المجتمع وتفعيل خصائصه.

وجوهر الوظيفة الاتصالية للدولة الحديثة هي عملية تكوين الرأي العام وتشكيله، وذلك بجوانبها المختلفة أو وظائفها الفرعية. ومحورها: تكوين الرأي العام فى مجتمع معين لكي يكون صالحا للقيام بأدواره أو وظائفه التي تحددها الدولة، سواء كان ذلك على الصعيد الداخلي أو الخارجي.

ويتطلب فهم ابعاد علاقة الدولة بتشكيل الراي العام تأسيس نموذج تحليلي لفهم الوظيفة الاتصالية وبيان موضعها من نظرية الدولة الحديثة، وتحليل الوظيفة الاتصالية وتطور العلاقة النفسية بين المواطن والدولة فى المجتمع المعاصر، وفهم وسياسة العمل الاتصالي فى أدوارها الأربعة كل منها

تكمل الأخرى؛ (التكامل القومي، الترابط الحضاري، المساندة فى السياسة الخارجية، ممارسة الغزو المعنوي).

والأصل أن تكون الدولة تعبيراً عن المجتمع، وتنبع وظائفها من مفهوم ثابت هو حماية القيم الحضارية. فالدولة أداة الاتصال بين الماضي والحاضر والمستقبل، وهي تعبير عن الماضي بلغة القيم، وعن الحاضر بلغة المصالح، وعن المستقبل بلغة الاستمرارية والثبات. وإن لم تستطع أن تحقق هذه الوظائف بهذا المعنى، وأن تخلق التوازن بين هذه الأبعاد المتعددة تصير دولة فاقدة شرعيتها حتى وإن استمرت بسلطة البطش والهيمنة فى الواقع.

والتمييز بين الوظائف الأصلية والوظائف التابعة يجعل من فكرة الجزاء المدني والدنيوي أداة تسمح بحماية الوظائف الأصلية التي تدور حول احترام نظام القيم السائد فى المجتمع السياسي، ونقله من لغة المثاليات إلى لغة الواقع ولو بنسبة معينة تفرضها طبيعة التطور والصعوبات المختلفة التي لا بد أن تواجهها الجماعة، والأداة الحاكمة فى مرحلة من مراحل تطورها.

الوظيفة الاتصالية بهذا المعنى تصير إحدى الوظائف الأصلية التي تفرض على الدولة ألا تقف من المجتمع السياسي الذي تمثله، ومن المواطن الذي تسعى إلى سعادته، والأسرة الدولية التي تتعامل معها موقف السلبية وعدم الاهتمام.

وتتضح أهمية الدور الإعلامي للدولة عبر صنع حد أدنى من الترابط؛ بحيث إن جميع عناصر الجسد السياسي تشعر بأنها - بخصوص ذلك الحد الأدنى- تمثل قوة واحدة وكيانا واحدا، وتمكين الترابط الحضاري؛ فالدولة هي حقيقة حضارية، وبهذا المعنى تتحرك فى النطاق الداخلي والنطاق الإقليمي والنطاق الدولي، والوظيفة الحضارية تنبع منها وظائف أخرى، وعلى وجه

التحديد الوظيفة الثقافية السياسية. ويلعب الإعلام - أيضاً - دورا فى صنع مساندة للسياسة الخارجية.

ولا شك أن الدولة تستطيع أيضا توظيف آلة الإعلام فى مواجهة القوى الخارجية، فترتفع الوظيفة الاتصالية إلى مستوى الغزو النفسي؛ حيث يصير الهدف من الاتصال ليس مجرد الإقناع والاقتناع وإنما تحطيم الخصم نفسياً وفكريا، أو على الأقل تشويه الصورة القومية لذلك الخصم. والغزو الاتصالي قد يتجه إلى الصديق وقد يتجه إلى العدو، ولكنه دائما يقوم على أساس تحسين صورة الذات وتشتيت صورة الآخر، والتلاعب بالحقيقة. والاتصال قد يصبح فى تلك اللحظة عملية مدمرة تتجه أساسا إلى العالم الخارجي وتصير محورا لتعامل يفترض السعي نحو استئصال الوجود المعنوي بشكل أو بآخر.

الاتصال بهذا المعنى يصير مرادفا لفكرة الحرب النفسية؛ حيث هناك مواجهة عنيفة بين خصمين. ورغم أنه قد يتجه إلى الصديق بقصد تشويه صورة عدو لدى ذلك الصديق، إلا أن فكرة الصراع المعنوي تظل ثابتة فى كلا التطبيقين. على أن الأعوام الأخيرة قدمت لنا نموذجا آخر اتفق الفقه على التعبير عنه باصطلاح "التسمم السياسي"؛ حيث الاتصال النقي يخفي فى حقيقة الأمر هدفاً ثابتاً وهو تحطيم التكامل القومي من منطلق إعادة توزيع نظام القيم. والدولة التي تلجأ إلى حقن مجتمع معين بقيم غريبة عليه أو تضخيم قيم تابعة وثانوية ورفعها إلى مرتبة القيم العليا، هي فى حقيقة الأمر تقوم بعملية إعادة تشكيل القيم ورفعها إلى مرتبة القيم العليا، الأمر الذي لا بد وأن يؤدي إلى خلق نوع من التفتت، كما سنرى فيما بعد.

فمكونات الوظيفة للدولة الاتصالية هي الخمسة التالية: الوظيفة الإعلامية، والوظيفة الثقافية، والوظيفة الدعائية، والوظيفة العقدية، والوظيفة الحضارية، وذلك على النحو التالي:

1- الوظيفة الإعلامية: تتجه إلى المواطنين، مفترضة أن لهم الحق فى أن يكونوا على علم بالحد الأدنى من المعلومات عن الأحداث والوقائع التي تشهدها الحياة اليومية فى مجتمعهم، وهو ما يعرف أحيانا فى بعض الأدبيات بحق الاتصال والذي يعني الإنباء أو الإخبار بما يقع من الأحداث وما يثور من القضايا، من خلال استخدام اللغة والخطاب بالدرجة التي تحقق الصدقية، وتقود إلى الترابط بين السلطة الحاكمة والمجتمع المحكوم، ويُدْعم بالتالي من المثالية السياسية السائدة. وقد شاع استخدام مفهوم إعلام السلطة - والذي يعني التوظيف السياسي للإعلام- فى تشكيل الرأي العام بما يدعم سياسات الأنظمة السياسية ومواقفها واختياراتها، وأحيانا للتعبئة وحشد التأييد والمساندة لها، وبالذات فى أوقات الأزمات السياسية الحادة. كما أن إعلام السلطة هو أحد الأدوات المهمة فى عملية صناعة السلطة ذاتها، وتكريس أوضاع القائمين عليها ومصالحهم من خلال المسلك الدعائي، ويُعَد إعلام السلطة انحرافا عن ممارسة الأدوار الإعلامية الحقيقية إلى ممارسة الأدوار الدعائية.

والواقع أن قيام السلطة السياسية بإمداد الرأي العام فى المجتمع بالبيانات والمعلومات حول الأحداث والوقائع التي يعيشها ويمر بها يسهم فى تنويره وإحاطته علماً بتلك الأحداث والوقائع، ويساعده على تكوين إدراكاته، وتصوراته عنها، وبالتالي تكوين وعيه الذاتي بها. وتتفاوت الأنظمة الإعلامية فى مختلف البلدان فى قيامها بهذه الوظيفة، وهي بهذا تكون النقطة الأولى فى عملية تشكيل الرأي العام.

2- الوظيفة الثقافية: تتحرك الدولة فى ممارسة الوظيفة الثقافية فى مسارين أو اتجاهين أساسيين:

الأول: داخلي، ويتم من خلاله التثقيف السياسي باعتباره يدور حول عملية تحقيق الاندماج أو على الأقل التوافق المجتمعي، أو توحيد الإدراك المجتمعي إزاء قضايا الوجود السياسي الأساسية فى المجتمع فى مرحلة زمنية طويلة نسبياً.

الثاني: خارجي، ويتحرك لمساندة السياسة الخارجية؛ فالأدوار الثقافية للمراكز الثقافية والعلمية والجامعات والبعثات التعليمية، وكافة أشكال التواجد الثقافى تدعم - ولو بشكل غير مباشر- السياسة الخارجية للدولة.

والواقع أن قيام الدولة - من خلال الأدوات التي تهيمن وتسيطر عليها- بتكوين مدركات عامة منسقة أو موحدة حول مجموعة من القضايا والموضوعات التي تدور حول طبيعة المجتمع الذي تحكمه، وحول كليات الوجود السياسي؛ بحيث يمتلك المجتمع حداً أدنى من الاتفاق أو الإجماع القومي حول الموضوعات الأساسية التي تشكل جوهر وجوده السياسي، وبالتالي يكون قادراً على تقديم الاستجابات السليمة على التحديات التي تواجهه. إن توافر هذا الحد الأدنى من الإجماع الوطني يقدم مساندة حقيقية للسياسة داخلياً وخارجياً من ناحية، ويهيء أرضية صلبة لأداء الدور الحضاري من ناحية أخرى.

3- الوظيفة الحضارية: تتحدد هذه الوظيفة بإيجاد حد أدنى من الإجماع الوطني بصدد القضايا الأساسية المتعلقة بوجود مجتمع معين ونمط حياته، وبإيمان المجتمع بأن له رسالة معينة، ووظيفة محددة ذات منطلقات معنوية فى مجال التعامل الخارجي، تلك التي تفسر الانطلاق من رسالة فكرية والتبشير بها فى المجتمع الخارجي، ويفرق بين مجتمع يمتلك مقومات هذا الأمر ومجتمعات تسعى لصناعته وتدعي ملكيته.

4- الوظيفة العقدية: تعبير عصري عن مفهوم قديم؛ فالدولة ذات مثالية معينة، دينية او ايديولوجية، تسعى إلى صبغ عملية التطور السياسي بها، بحيث تكون هي اداة تطبيقها وإنجازها داخلياً وخارجياً. وهذه الوظيفة من أهم الوظائف المعبِّرة عن الوجود المعنوي للدولة. فالوظيفة العقدية محور وظيفة الدولة داخليا، وهي تقود عملية التطوير السياسي لمجتمعها فتجعل من هذا التطور اداة او عملية لتطبيق أو إنجاز مثالية أو عقيدة سياسية معينة محددة ومفرغة فى برنامج أو خطة محددة، تتبناها وتقيم مجتمعها بكافة نظمه وانساقه عليها، ومن هنا تقوم بعملية تكوين حقيقية للراي العام.

5- الوظيفة الدعائية: وهي تتم حين تتجه الدولة بتطبيقات أدوارها للخارج من خلال تطبيقين؛ القضاء على الخصم بأسلوب الحرب النفسية، وعملية التسميم السياسي. فالدولة تتجه إلى الراي العام الخارجي وقد تركت قيمة الصدق ومثالية الدعوة، واتجهت إلى منطق التضليل والدعاية؛ لتقوم بعملية تشكيله على أوسع مدى.

الراي العام بين دعم الشرعية وتزييف الوعي :

وتدور عملية صناعة الراي العام سياسياً بين قطبين؛ هما: الدعاية السياسية والرقابة السياسية، وإذا كنا قد تعرضنا فيما سبق للقطب الأول، فإننا يمكن أن نتعرض بإيجاز للرقابة السياسية بوصفها القطب الثاني.

وتعني الرقابة الإعلامية: إجراء ضد الحرية الإعلامية والاتصالية. وهكذا استقرت فى المفاهيم التقليدية صورة أساسها أن كل نظام سياسي يقف من الرقابة الإعلامية موقف التأييد هو ديكتاتوري. فمظهر الديمقراطية هو اختفاء الرقابة الإعلامية. والرقابة بهذا المعنى هي أداة من أدوات ضبط الحرية

الإعلامية تستخدمها الجماعة ضد المواطن، وتأخذ صورة منظمة تتم عادة ضد منبع أو مصدر السلوك الاتصالي.

وتعبر الرقابة عن مفهوم آخر؛ حيث يصير أداة ضد السلطة ووسيلة لضبط من يمارس السلطة. وكلمة رقابة مرادفة للاصطلاحين: الأول censorship والثاني control، الأول يمكن ترجمته بالرقابة الإعلامية، والثاني يجب الا يُفهم على انه رقابة سياسية أو بعبارة أدق رقابة على السلطة الحاكمة.

وتفترض عملية الضبط - كعملية متكاملة- ست طبقات متتابعة من الضبط المتتالي للسلوك الفردي:

أ- ضبط ذاتي يدور فى المنطق الفردي ويتحكم فى تصور الموقف وتحديد رد الفعل، وبالتالي صورة السلوك وأبعاده.

ب- الرقابة الحضارية التي تمثل إطارا يقود الفرد فى تفكيره لأن يتحكم فى سلوكه فيقيده بإطار التقنيات الأخلاقية المتعارف عليها.

ج- الرقابة غير المنظمة للجماعات الفرعية التي لها أسلوب معين فى فهم القيم وتطبيقها.

د- المناخ الاجتماعي العام المرتبط بالآراء والأفكار السائدة فى الأغلبية الجماهيرية.

و- الرقابة القانونية المنظمة؛ حيث توجد الأداة التي تتولى وضع القواعد واستخدام السلطات فى توقيع الجزاء إزاء السلوك المخالف لهذه القواعد.

ولا شك أن التقدم الرهيب فى وسائل الاتصال جعل الرقابة فى أغلب الأحيان بمدلولها التقليدي نظاماً لا فاعلية له. والمفهوم التقليدي يقوم على أن الرقابة ذات طبيعة نظامية؛ أي هيئة مستقلة عن الجهاز الإعلامي تتبع السلطة الحكومية وتتولى فحص موضوع الرسالة وتقييمها، أو تحديد ما يشاهده الناس ويسمعونه ويقرءونه، وهذا النظام صار غير مجدٍ بسبب تقدم أدوات الاتصال، مما جعل إمكانية الضبط بهذا المعنى التقليدي عملية تكاد تكون مستحيلة في كثير من الأحيان، ومرهقة وخالقة للتعقيدات أحياناً أخرى، وهي مستحيلة للإعلام المسموع، وسيأتي يوم تستحيل للإعلام المرئي أيضاً.

إزاء ذلك تظهر مفاهيم جديدة لظاهرة الرقابة تبدو حذرة، ولكنها تثور بثبات وصلابة. ومحور فكرة الرقابة الآن الرقابة الذاتية؛ بمعنى الرقابة المهنية، ورغم عدم وضوح الأصول الأيديولوجية لها فإنها تدور حول ترك الرقابة للمهنة التي ينتمي إليها رجل الاتصال، وتمكين الراي العام ليمارس سلطة ودورًا وتأثيرًا قويًا فى المقابل على السياسة الإعلامية وأطرها العامة.

الراي العام والصراع العربي الإسرائيلي :

لا شك أن هناك حربا إعلامية تتوازى مع الصراع العسكري على فلسطين، فصورة الذات والتاريخ التي تحاول إسرائيل ترويجها لخلق رأي عام متعاطف، تقابلها صورة حقيقية تنقلها وسائل الإعلام لزيف ادعاءات الديمقراطية والشرعية الصهيونية.

من جانبها تسعى إسرائيل لتطبيع العقل العربي مع وجودها الاستيطاني، وإعادة تطويع الشخصية الوطنية والقومية والإسلامية عبر تغيير الطابع القومي وغسيل المخ الجماعي. ويذكر الدكتور حامد ربيع فى نظريته عن "التسميم السياسي" أن من أهم جوانب الوظيفة الاتصالية للدولة العبرية ما

يُسمى بإعادة تشكيل أو تطويع الطابع القومي للشعوب العربية، وإزالة الفروق والحدود لتصبح جزءا من شرق أوسط كبير أو صغير، وفى الوقت ذاته تؤكد فى مشروعها السياسي على يهودية الدولة، وترفض حتى أطروحات مواطنة متساوية وصوت واحد لكل مواطن دون تمييز.

فالدعاية للطابع القومي اليهودي تسير فى أكثر من اتجاه يعكس طبيعة التصور الحاكم والقيادة السياسية للنموذج الصهيوني الذي يسير عليه المجتمع الإسرائيلي، وهو نموذج يتصف بالعنف والسلوك الاستفزازي والصفات القيادية والتعصب، والإيمان بوظيفة تاريخية. وما نشاهده هذه الأيام فى ممارسات السياسة الخارجية للكيان الصهيوني يؤكد ذلك.

الواقع أن ذلك غداً معلناً بوضوح من قبل الإدارة الأمريكية الحالية فى تعاملها مع المنطقة فى السنوات الثلاث الأخيرة على الأقل، وإن كان يتم دون إعلان فى أجزاء كثيرة من العالم العربي والإسلامي دون ضجة أو إعلان منذ قرابة ربع قرن على الأقل. والخطاب السياسي للقيادة الأمريكية هو خطاب يؤكد الحاجة إلى تغيير البناء الثقافى والحضاري والعقدي للعرب، وإعادة رسم خرائط المنطقة، وهو ليس بمستغرب على عقلية استيطانية أمريكية تدعم مشروعا استيطانياً صهيونيا لأسباب عقدية وأيضاً اقتصادية.

وإذا كان التسميم السياسي الإسرائيلي والأمريكي قد نجح فى طبقات الحكام وقطاعات من النخبة المثقفة، فلا بد أن يوجد من يبرهن على أن الأمة العربية والإسلامية عصية على التطويع، وأن من يراهنون على اختفائها حضاريا سيفشلون؛ بل سيكون عدوانهم محدثاً رجفة ويقظة فى الجسد الذي استرخى وقد تكاثرت عليه الطعان، وأن فى قيادات الأمة الثقافية والفكرية جنودًا فى كتيبة جيش التحرير الفكري.

الفصل الرابع

الإعلام وأزمة المصداقية

الإعلام وأزمة المصداقية

نشأت أزمة المصداقية الاتصالية Crisis Credibility، او فجوة المصداقية الإعلامية، كرد فعل لزيادة عدد الرسائل الإعلامية، التي تبثها وسائل الأعلام العديدة، وزيادة كمية المواد الإعلامية المدمرة (سياسياً واجتماعياً واخلاقياً)، والتي تسعى إلى جذب انتباه جمهور اكثر.

وتلخصت أزمة المصداقية الاتصالية، منذ نهاية الخمسينيات، في التساؤلات التالية:

ماذا نصدق؟ وأي من الرؤى ووجهات النظر العديدة أصح ؟ وهل هذا الانتشار الهائل للمعلومات يساعد على أن نعيش حياة أفضل، ونتفاعل، بشكل أكثر إيجابية، تجاه الآخرين؟ ونهتم بشكل أفضل بالعالم حولنا، ويجعلنا ننمو، وننضج، بشكل أقل إحباطاً؟

ومما يزيد من خطورة ما سبق، أن وسائل الاتصال والإعلام قد تجعلنا نعيش، في جو من الحلم، أو الأمل، أو التوقع للأحسن، وقد لا يتحقق معظم توقعاتها، فنُصاب بثورة من الإحباط واليأس المدمر، أو تجعلنا نعيش في عالم من الوهم، والشعارات المزيفة، التي تجعلنا في حالة من التخدير النفسي والتنويم، لا نفيق منها إلاّ على حدث ضخم، اقتصادي أو سياسي يجعلنا نقرر حقيقة هي: إن ما قُدم لنا كان غير صادق، وغير حقيقي، وغير موثوق فيه.

وقد جعل هذا الانفجار الاتصالي، بعض الأشخاص الأكثر حساسية ينسحبون، ويرفضون التعامل مع وسائل الإعلام؛ فقد وجدوا أن الجهل ربما يكون نعمة، أفضل من تزييف الوعي الاجتماعي والسياسي.

وما فعله هؤلاء يعد أمراً فى غاية الصعوبة على الآخرين، فمادياً نحن لا نستطيع أن نهرب من هذا الانفجار الاتصالي، بل ينبغي أن نتعلم كيف نتعايش معه، بفطنة وذكاء، وإلاّ فسوف نعاني نحن، وأولادنا، من السقوط المباشر فكرياً وحضارياً.

وترجع أهمية مصداقية وسائل الاتصال، إلى أن جماهير القراء، أو المستمعين، أو المشاهدين، عندما لا تثق فيها، وتحترمها، وتقدرها، كمؤسسة من مؤسسات المجتمع، ولا تقنع بالمعلومات التي تقدمها معتقدة أنها تحذف، أو تشوه، أو تعدل، فيها، فسوف تلجأ إلى مصادر أخرى، غير رسمية، للمعلومات، فيسألون الأصدقاء والجيران، وبعض المصادر غير الموضوعية، والأسوأ من ذلك، أنهم قد يصنعون المعلومات من مخيلتهم الخاصة، هو أمر يحدث كثيراً، فى أوقات الحروب، أو الأزمات، وعندما تُفرض الرقابة على وسائل الاتصال ونشر الأخبار. وكذلك فى الدول، التي تسيطر فيها الحكومات، على وسائل الاتصال وتوجه مصادر الأنباء، تتحكم فيها، فتكثر الشائعات، والهمسات، والقيل والقال، وتنشط الصحافة السرية.

أمّا عبارة فجوة المصداقية Credibility Gap، وهي العبارة، التي ظهرت، خلال إدارة الرئيس الأمريكي، ليندون جونسون، وما تزال باقية، فإنها تعني الشك العام فى صدق الحكومة الفيدرالية فيما تقوله للشعب، وامتد هذا الاعتقاد إلى مجالات عديدة أخرى فى البلاد. ولكن كيف يمكن مواجهة ذلك ؟

يقول خبراء الإعلام والاتصال، وخبراء أجهزة العلاقات العامة، والمنفذين للحملات الإعلامية، إن الحل من السهل جداً وصفه ولكن من الصعب جداً تحقيقه. فالجمهور ينبغي ان يكون مقتنعاً بأن الحكومة تقدم له الحقيقة، ولا شيء غيرها، وينبغي أن يكون مقتنعاً، كذلك، أنه، فى بعض الحالات، لا

تستطيع الحكومة أن تذيع الحقيقة كلها، بسبب تأثيرها على الشؤون الخارجية.

وصِلَة وسائل الإعلام والاتصال بما سبق وطيدة، فهي الأداة، والوسيلة التي يمكنها أن تصنع المصداقية والثقة بين الشعب والحكومة، وقد تتسبب، كذلك، فى خلق فجوة مصداقية، وأزمة ثقة بين الشعب والحكومة، ولا شيء يثير ثائرة الحكومة مثلما يثيرها فجوة المصداقية هذه، أو أزمة الثقة، وسُحُب الشك التي تغلف ما يصدر عن المسؤولين فيها.

ولا شيء يضايق أصحاب السلطة والنفوذ، مثلما يضايقهم إحساسهم بأنهم معرضون، يومياً، لاختبار حسن النية، وحسن التصرف من خلال ما تكتبه الصحف، وما تذيعه باقي وسائل الإعلام.

وقد شهدت العقود الأخيرة، زيادة فى الاهتمام بقضية المصداقية، نتيجة لظاهرة انهيار الثقة فى وسائل الاتصال، والتي أشير إليها وقتئذ بعبارة أزمة المصداقية Credibility Crisis، التي امتدت وتطورت، لتصبح انهياراً للثقة فى كل مؤسسات المجتمع.

الاتصالات البديلة والإعلام المضاد :

كرد فعل لأزمة المصداقية، شهد عقدا الستينيات والسبعينيات ما سمي بالاتصالات البديلة والإعلام المضاد، وهما مصطلحان يشيران إلى مجموعة متنوعة من الأوضاع، مظهرها المشترك معارضة وسائل الاتصال الرسمية والمؤسسية، ويندرج تحتها مجموعات محلية تصمم على كسر احتكار نظم الاتصالات المركزية، وأحزاب سياسية أو جماعات تهتم بأشكال متنوعة من أنشطة الاتصالات المعارضة، كما يندرج تحتها كذلك المنشقون والمعارضون

للمؤسسات القائمة، والأقليات، التي تتوسع فى قدراتها المتعلقة بوسائل الاتصال والمجموعات المعنية بالتجارب البيئية الجديدة. ولم تكن القوة الدافعة هي عدم وجود الاتصالات، بل الرغبة، فى إعادة تقييمها، وتوسيع نطاقها، على ضوء شعور جديد بأهميتها، فى المجتمع. تجسدت هذه الظاهرة، بصفة خاصة، فى البلاد الصناعية، إلاّ أنها موجودة، كذلك، فى بعض البلاد النامية، ولاسيما فى امريكا اللاتينية.

وفى خط مواز للاتصالات البديلة والإعلام المضاد، ازدادت شعبية الإعلام الفردي، الذي يستفيد من تطورات تكنولوجيا المعلومات، والاتصالات، مثل التليفزيون السلكي، ثنائي الاتجاه، والاستقبال المباشر، من الأقمار الصناعية، من خلال الهوائيات وإذاعات الهواة، وأجهزة تسجيل الفيديو، وأشرطة وأسطوانات الفيديو، وكاميرات الفيديو، والنصوص المتلفزة (الفيديو تكست، والتلي تكست)، وأجهزة التليفزيون، التي تعمل بالقطع النقدية. وتعتمد هذه الوسائل المستخدمة على فردية الاستقبال أو الاستهلاك الاتصالي، وتعمل على المزيد من تجزئة عملية الاتصال الجماهيرية Fragmentation، ولكنها، فى الوقت نفسه، تفتح طرقاً جديدة للحصول على المعلومات، وللترفيه، وتتيح لمن يتلقونها فرصاً حقيقية، أو وهمية، للمشاركة فى عملية الاتصال، ولكنها فى الوقت نفسه تساهم فى كسر وحدة القرية الإلكترونية، التي تحول إليها العالم، فيما سبق، وتجعل الأفراد يعودون، مرة أخرى، للعيش فى جزر منفصلة، ويستهلكون مواد إعلامية مختلفة عن جيرانهم وأصدقائهم.

الانتقادات الموجهة إلى وسائل الإعلام :

تتلخص الانتقادات الموجهة إلى وسائل الإعلام والاتصال، فى دول غرب أوروبا، والولايات المتحدة، فى النقاط التالية:

- إنها تستخدم قوتها الضخمة لخدمة مصالح ملاكها، الذين يروجون لوجهات نظرهم، خاصة فى السياسة والاقتصاد، فى حين يهملون وجهات النظر المعارضة، أو يقللون من شأنها.

- إنها تقاوم التغيير وتعمل على استمرار الوضع الراهن.

- إنها تهتم، عموماً، فى تغطيتها للأحداث الجارية، بالأمور السطحية، والمثيرة، أكثر من اهتمامها بالأمور المهمة. وتقدم الترفيه فى مادة تفتقر إلى المضمون، وتعوزها القيمة الفنية.

- إنها تهدد الأخلاق العامة بالخطر.

- إنها تنتهك، بلا مسوغ، حياة الأفراد الخاصة وتحط من كرامتهم، وليست الصعوبة، التي يلاقيها بعض المتهمين فى الحصول على محاكمة عادلة بسبب النشر، سوى وجه واحد لهذه المشكلة.

- إن أفراداً، من طبقة اجتماعية واقتصادية واحدة، يسيطرون عليها، ونتيجة لذلك، يتعرض سوق المعلومات المفتوحة والحرة للخطر.

- إنها ساعدت على جعل الشعب الأمريكي أمة من العاطلين لا العاملين.

- إنها ترسخ عقيدة تؤمن بالنجاح العاجل، وتقود الفرد إلى الاعتقاد بأن رغباته لا يمكن ان تتحقق، وبأن الديموقراطية لا لزوم لها.

- إن حضورها فى مسرح الأحداث، التي تغطيها إخبارياً، يخلق مزيداً من الأخبار.

- إنها غير دقيقة غالباً.

- إنها اسهمت وساهمت فى زيادة حجم المعاناة الاجتماعية، وزيادة ظاهرة شعور الفرد بالغربة عن المجتمع، أي "بالاغتراب"، أو ان يكون الفرد فى مجتمعه أو فى بيته، بجسده، ولكن قلبه وعقله، فى واد آخر، مع "الحلم أو الوهم"، الذي خلقته وسائل الإعلام.

- إنها أفسدت مصادرها، والمتعاملين معها بالهدايا، والرشوة، والخدمات، التي تدفعها مقابل الحصول على المعلومات.

- إنها قضت على الثقافة الرفيعة الحقيقية، "المكتوبة المطبوعة"، لتحل محلها ثقافة خفيفة سطحية هي "المسموعة المرئية"، ولا تستطيع، بسبب الضغوط الاقتصادية، وجمهورها العريض، التعمق، أو التحليل، بل تقدم المعلومة السريعة العابرة.

- إنها تتصرف بغير مسؤولية، رغم الحرية الضخمة المتاحة لمعظمها.

- إنها أسهمت فى صنع "فجوة مصداقية"، بين الشعب: القارئ، والمشاهد، والمستمع، وبين قادة مؤسساته المختلفة، من خلال توظيف القيم الإعلامية المثيرة، الاستعراضية، وغير الإيجابية، القائمة على قيم الشذوذ، والتطرف، والغرابة، مثل: "الخبر أن يعض رجل كلباً وليس كلباً يعض رجلاً"، "الأسماء تصنع الأخبار"، "فتش عن المرأة".

- إنها بتدخلها، غير المبرر أحياناً، فى بعض القضايا العامة، ومطاردتها لسلوك بعض الموظفين العموميين، قد تتدخل فى سير الأحداث، وتعطل العمل، وتربك دولاب العمل الحكومي، أو الخاص، ويصل الأمر، فى بعض الحالات، إلى ان تتحول عملية التغطية الإخبارية الاستقصائية، إلى نوع من الابتزاز الذي تمارسه وسيلة الإعلام، لحساب جهة أخرى، منافسة للجهة المستهدفة.

- إنها تخضع للضغوط غير المنظورة، التي تمارسها سلطات سيادية، (مثل وكالة الاستخبارات المركزية فى الولايات المتحدة الأمريكية والحكومة البريطانية، والحكومة الفرنسية) لمنع نشر بعض الأخبار او لتوجيه الأخبار وجهة معينة، أو لتوظيف الوسيلة الإعلامية ورجالها لجمع المعلومات، لحساب هذه الجهات.

إنها لم تعد، فقط، تصنع نجوم الفن والرياضة والتسلية، بل أصبحت، كذلك، تصنع نجوم السياسة، وحكام الغد، من خلال إظهارهم، فى نمط معين، وتخطيط حملات إعلامية، وإعلانية للتأثير على الراي العام، لقبولهم، مثال لذلك الرئيسان ريتشارد نيكسون ورونالد ريجان

كانت الانتقادات السابقة، هي التي وُجِّهت إلى وسائل الإعلام والاتصال، فى المجتمع الأمريكي، وبعض دول غرب أوروبا، وبعض دول العالم الثالث، التي تطبق نظريتي الحرية (الليبرالية)، و"المسؤولية الاجتماعية" .

امَّا فى دول المعسكر الاشتراكي، فى الاتحاد السوفيتي وشرق أوروبا، وباقي دول العالم الثالث، فقد كانت الانتقادات الموجهة إلى وسائل الإعلام والاتصال كالتالي:

- إنها أداة من أدوات النظام السياسي، تتوازى أهميتها، مع الاقتصاد، والجيش، وأجهزة الأمن، ولا يسمح بالعمل فيها إلاّ لمن يثبت ولاءه السياسي، وخلو سيرته الذاتية، من أي شك فى اتجاهاته السياسية خلال مراحل عمره، وكذلك أفراد أسرته!!

- إن معظم هذه الدول مازال يعيش مرحلة الإعلام الثوري، ولم ينتقل بعد إلى مرحلة الإعلام التنموي.

- إنها في تغطيتها الإخبارية تركز على الأخبار الإيجابية المؤيدة، والأخبار الروتينية، التي لا تعكس سوى توجهات النظام السياسي، بينما تخفي اي سلبيات، أو معوقات، أو انحرافات.

- إنها مازالت تحجب الكثير من الأخبار، والوقائع اليومية، التي تحدث، داخل بلادها، وفى دول العالم المختلفة، متناسية أن المواطن يستطيع الحصول عليها، من مصادر أخرى، خاصة من الإذاعات العالمية والمحلية المجاورة.

- تجاهل حق الجماعات المعارضة، أو المختلفة مع الأنظمة الحاكمة، فى الرد والتعليق والتصحيح، وإبراز وجهات نظرها.

- إنها تتسم بالتجهم، والعبوس، والخطابية، والمبالغة فى الترغيب والترهيب، أو الجدية الزائدة عن الحد، وإن كان هذا لا يمنع من أن مضمون وسائل الاتصال والإعلام، فيها، أكثر عمقاً وجدية من المعسكر الغربي، وأكثر اهتماماً بنقل التراث الاجتماعي، من جيل إلى جيل، من خلال رؤية محددة.

ولعل ما كانت تعاني منه وسائل الإعلام والاتصال، فى العالم الثالث، ودول المعسكر الاشتراكي هو الذي دعا عدداً كبيراً من الأنظمة، فى هذه الدول، إلى إعادة النظر، فى أنظمتها الاتصالية، بعد إعادة النظر، فى أنظمتها السياسية، ولعل التوجهات الإعلامية، الحالية فى بعض دول العالم الثالث، تؤكد ذلك.

وعندما زاد الاهتمام بقضية مصداقية وسائل الاتصال الجماهيرية خلال الستينيات، بدأ الحرص على تقديم رؤية للمصداقية متعددة الأبعاد وأكثر اكتمالاً وشمولاً.

فقد حددت البحوث عدة أبعاد فاعلة، ومكّونات للمصداقية، هي:

- الإحساس بالأمان
- الخبرة
- الحيوية
- المعرفية
- الدقة
- الإنصاف
- الاكتمال

كما ميزت هذه البحوث، بين وسائل الاتصال، والأشخاص، كمصادر اتصالية، كما اهتمت بالدرجة، التي يختلف الناس حولها، فيما يتعلق بالمعايير المختلفة لأداء وسائل الاتصال، والتصورات العديدة حول المصداقية، التي لابد أن تختلف باختلاف وسائل الاتصال، وتنوع وظائفها.

وقد خلصت هذه البحوث إلى أن المصداقية هي مفهوم متعدد الأبعاد وقد تتنوع من دراسة لأخرى. حيث حدد كل من ماككومبس وواشنجطون ثلاثة مجالات أساسية للبحث فى مصداقية وسائل الإعلام وهي:

1. الثقة في وسائل الاتصال.
2. الأمانة والمعايير الأخلاقية.
3. التصورات عن اتجاهات الجمهور، نحو الوسائل، فيما يتعلق بكل من:

أ. القابلية للتصديق.

ب. الدقة.

ج. الإنصاف والتحيز.

ثم جاءت مراجعة Whitney لكي تضيف إلى هذه المجالات الثلاثة مجالاً رابعاً هو: سمات اداء الوسيلة (الصحيفة مثلاً) التي تتصل بالتحيز، أو القابلية للتصديق مثل: اختراق الخصوصية، وحجب وجهة النظر الأخرى، وعلاقة الوسيلة الاتصالية بالحكومة، والموازنة، على سبيل المثال، بين الحريات التي أعطاها التعديل الأول للدستور الأمريكي، وبين اهداف وحقوق جماهيرية اخرى، وارتبط بالنقطة السابقة عدة قضايا فرعية فى مقدمتها:

. حجم قطاع الجمهور الأكثر انتقاداً لوسائل الاتصال.

ـ العلاقة بين تقييم وسائل الاتصال، أو الحكم عليها، وبين كيفية استخدام الجمهور لها.

فقد افترض كل من جرينبرج، ورولوف، أن الجمهور يشاهد التليفزيون، على أساس أن مهمته الترفيه، بينما يقرأ الجرائد، على أساس أن مهمتها هي الأخبار، بينما تفترض نظرية ستيفنسون ان التسلية هي سبب أولي لقراءة الجريدة، فى حين افترض آخرون، أن قراء الجريدة هم أقل طواعية لقراءة الأخبار الجادة الطويلة.

والبعض يرى أن مفهوم المصداقية أكثر اتساعاً، فى القضايا التي يعالجها، من مفهوم القابلية للتصديق Believability، بحيث يشمل:

- الثقة فى وسائل الاتصال.
- التصورات حول التحيزات السياسية وغيرها.
- التصورات حول كيفية تغطية وسائل الاتصال للمجموعات المتنوعة فى المجتمع.
- المواقف تجاه قضايا التقييم الإخباري.
- تقييم الوظيفة التي تؤديها الجرائد ووسائل الاتصال الأخرى.

المواقف تجاه حرية الصحافة.

مصداقية الصحافة

المصداقية تعني ببساطة المؤشرات التي تحدد صدق المضمون الصحفي من كذبه، ويعتبرها البعض البديل العملي للمسؤولية الصحفية (اُنظر ملحق مسؤولية الصحافة).

ويتوسع البعض، مثل محمد ماهاتير، فى مفهوم مصداقية الصحافة، فيحدد له الأبعاد الثلاثة التالية:

أولاً: مصداقية القائم بالاتصال (المحرر أو المذيع أو المخرج التليفزيونى مثلاً)، وتشمل:

1. عدم التسرع فى نشر الحقيقة.

2. العمل لصالح الحقيقة، وليس لصالح الحكومة أو الجريدة.

3. نشر الحقائق بطريقة مباشرة، وليس بالإشارة أو التلميح.

4. مراعاة العرف والتقاليد فى نشر الحقائق.

5. عدم المساس بالحياة الشخصية للآخرين، أو نشر الفضائح.

6. البعد عن الأخبار الكاذبة، والقصص الملفقة، حتى لو كانت موافقة لأغراض رئيس التحرير، وسياسات الدولة.

ثانياً: مصداقية المضمون وتشمل:

1. وضوح الرسالة حتى فى أوقات الخطر.

2. اليسر والسهولة، فى تناول الحقائق.

3. نشر الحقائق، بكل أبعادها السلبية.

4. الدقة فى تناول الخبر.

ثالثاً: مصداقية الوسيلة وتشمل العناصر التالية:

- اعتماد الصحيفة على كتاب موثوق فيهم.

- تعبير الصحيفة عن هموم واحتياجات الشعب.

وفى دراسة ميدانية عام 1996 يحدد الممارسون، فى الصحافة المصرية، المفاهيم المتعددة التي تكّون معنى مصداقية الصحافة، ومن أهمها:

1. إن مصداقية الصحافة تعني أمرين:

الأول: مصداقيتها بالنسبة إلى القارىء، والثاني مصداقيتها بالنسبة إلى صانع القرار عموماً، حيث تعني الجوانب التالية:

مدى دقة المعلومات وصحتها، التي تنشرها الجريدة، ومدى موضوعية صاحب الرأي فيها؛ لأن الخبر معياره الدقة، والرأي معياره موضوعية الكاتب، أو صاحب القلم.

مدى شمولية التغطية الصحفية، فى عرض وتقديم مختلف جوانب الحقيقة، بمعنى انه من الممكن أن تقتصر بعض الصحف، فى تغطيتها للأخبار، على ما يجري فى بلاد أخرى، وتسكت عما يجري فى بلادها.

والثاني: مصداقيتها، بالنسبة إلى صانع القرار، أو مصدر الأخبار، حيث تعني القدرة على معرفة ما يجري بالنسبة إلى الشعب أو الجمهور أو المستهلك. أي، إلى أي مدى يستفيد صانع القرار من انعكاسات ما يجري فى الصحف فى

إصدار قراره ؟ وهل يأخذ ما رآه ويضعه، موضع الاعتبار، أم يعده مجرد شوشرة ونقداً مغلوطاً ؟ ففي كثير من الدول يستخدم صانع القرار ما تنشره الصحف فى قياس اتجاهات الجماهير أو الرأي العام فى قضايا أو مصالح أو أشخاص أو مشروعات بهدف اتخاذ القرار السليم أو الموقف الصحيح.

2. إن مصداقية الصحافة تعني :

- التوازن فى عرض الرأي والرأي الآخر، أثناء التغطية الصحفية الشاملة.
- الدقة فى مراجعة المادة الصحفية، قبل نشرها، بحيث تصبح الدقة من السمات الواضحة للصحيفة.
- وضوح الأفكار والاتجاهات، فى الموضوعات، والقضايا، والأشخاص، والأحداث.
- إسناد الكلام لمصدره، مع الثقة فى هذا المصدر.
- محاولة التجرد، من العمل، لصالح جهة بعينها، وعدم تبني وجهة نظر تلك الجهة، وعدم إغفال أو تجاهل وجهات النظر الأخرى.
- عدم إخفاء أو حجب أي معلومة عن القارئ.
- الأمانة والعدل، فى نقل الأخبار للناس.
- تعدد المصادر.
- مراعاة الصحفي لضميره.
- تقديم الحقيقة وتأكيدها من خلال إظهار الباطل.

- ثقة القارئ فى صدق ما تقوله الصحافة، ولا يتأتى ذلك إلاّ بالحرية؛ لأنه من الصعب أن يثق القارئ فى صحافة غير حرة، حتى لو كانت صحافة بلاده.

ويضيّق بعض الباحثين، ومنهم، عزة عبدالعزيز عبداللاه، مفهوم المصداقية بحيث يقصره على مصداقية المادة الصحفية فقط، على النحو التالي:

"مصداقية الصحافة هي نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية، بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع، والاتجاهات المطروحة حوله، بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة، ودقة، فى عرض الموضوعات، وفصلها عن الآراء الشخصية، التي ينبغي أن تُعلن بوضوح وصراحة، وتتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، بحيث تتسق مع الآراء الأخرى، التي تطرحها الصحيفة، أو يطرحها الكاتب، فى وقت آخر، أو موضع آخر، وذلك فى إطار من التعمق والشمولية، يراعي علاقة الخاص بالعام، وربط الجزء بالكل، شرط أن تعكس هذه المادة الصحفية أولويات الاهتمام عند الجمهور".

كيف نقيس المصداقية؟

ثمة أربعة مقاييس لدراسة المصداقية فى الإعلام، بصفة عامة، وهي:

1. المقياس اللغوي :

بمعنى أن وضوح اللغة، فى التعبير، يعد عاملاً حاسماً فى صدق الرسالة الإعلامية، بينما يؤكد غموض اللغة فى الرسالة الإعلامية فى معظم الأحيان، عدم المصداقية.

2. المقياس الأيديولوجي :

بحيث لا تحجب النظرة الأحادية بقية الأبعاد، فتصبح الواقعة أو القضية أو الظاهرة غير واضحة، بسبب غيبة بقية الأبعاد، التي تجلي الواقعة، أو القضية أو الظاهرة، وتزيدها وضوحاً ومصداقية.

3. مقياس عدم المعرفة، أو جزئية المعرفة :

ويرتبط هذا المقياس بجهل القائم بالاتصال، أو عدم معرفته للموضوع، الذي يكتب عنه، حتى ولو كان خبراً صغيراً.

4. مقياس التزوير :

وهو يمثل جانب الجريمة المباشرة، فى المنطلقات الأساسية، لدراسة المصداقية فى إعلام أي مجتمع من المجتمعات، وفى أي نوع من الإعلام.

مسئولية الصحافة كأحد وسائل الإعلام

أبرزت تجربة الصحافة مع الحرية المطلقة، الكثير من الأخطاء، حيث ظهر أن بعض الصحف قد دابت على نشر أخبار الجريمة، والأخبار التافهة وأخبار الفضائح، على حساب الأخبار الجادة، كما أن بعض الصحف تخلت عن مبادئ الدقة والصدق، فيما تقدمه من أخبار، وتلاعب بعض الصحفيين بالأخبار لخدمة أغراضهم الخاصة. واستُخدمت الصحف للتشهير بالأفراد، والمسؤولين، بعيداً عن مجال مسئولياتهم، وتعرضت الصحف لخصوصيات الأفراد.

ومن ثم جاءت الدعوة إلى أن حرية الصحافة لابد أن يصاحبها التزامات. والصحافة، التي تتمتع ببعض المزايا، بمقتضى الدستور تجد نفسها مضطرة لتحمل مسؤولياتها، إزاء المجتمع المعاصر.

وهكذا يتضح أن مبدأ "الحرية المسئولة" هو الحل الوحيد للمعادلة الصعبة، التي تتمثل فى النتائج السلبية، المترتبة على تقييد حرية الصحافة، أو إطلاقها من دون قيود، وحق الصحافة الكامل فى التمتع بالحرية، بشرط أن تلتزم بالمسئولية الاجتماعية، وصالح المجتمع، وبحيث لا يُساء استغلال الحرية، من قبل صحف، تحركها مآرب خاصة، على أن توجد فى المجتمع ضمانات كافية تجعل هذا الالتزام حقيقة واقعة.

ويحدد دينى إليوت أنماط المسؤولية الصحفية، تبعاً للهيئة المسئولة أمامها، على النحو التالي:

مسئولية الصحافة تجاه المجتمع: فالصحيفة، كغيرها من وسائل الإعلام، عليها واجبات فى إمداد الجماهير بالمعلومات، وبذل الجهد لعدم الإساءة

للأفراد.

مسئولية الصحافة، تجاه المجتمع المحلي: بتحديد السياسات، التي تحكم السلوك، لجعل المعلنين والجمهور على علم بما يتوقعونه منها.

المسئولية أمام النفس: لأن الصحفيين مسئولون أخلاقياً، عن أفعالهم وأقوالهم، فعبارات مثل"رئيس التحرير أمرني بذلك"، أو "كل الصحفيين يفعلون ذلك"، لا تصلح كمبرر، أما النقد الذاتي فهو ضروري لاستقامة العمل فى أي مهنة.

مسؤوليات المضمون الصحفي :

إن الأداة الرئيسية التي تؤثر الصحافة، من خلالها، فى الرأي العام هي المضمون، من خلال أشكال تحريرية، أو لغة مكتوبة، يصاحبهما صور أو رسوم أو كلاهما معاً. ومن ثم يعد المضمون الصحفي هو المحك الأساسي، للتعرف على مدى التزام الصحافة بمسؤولياتها. ويقسم لويس هودجز المضمون، الذي يُقدّم عبر وسيلة الإعلام (خاصة الصحافة) إلى ثلاثة مستويات للمسؤولية:

المستوى الأول :

مستوى الوظائف، التي يقوم بها، والأدوار الاجتماعية التي يلعبها، والصحافة تؤدي. من وجهة نظره. عدة وظائف أساسية، هي:

1. الوظيفة السياسية :

إعلام المواطنين بما تفعله الحكومة، والقوى السياسية الأخرى، بحيث تغدو جزءاً متكاملاً من العملية السياسية، وهي الوظيفة التي تسمى بوظيفة

الرقابة (أو وظيفة كلب الحراسة Watchdog فى التعبير، أو المفهوم الأمريكي الشهير).

2. الوظيفة التعليمية :

- إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء، ومناقشتها لتكون منتدى للأفكار.
- تقديم المعلومات المتوازنة الدقيقة.

3. الوظيفة الثقافية :

كمرآة للمجتمع والتأكيد على قيمه.

4. الوظيفة الاقتصادية :

تعريف الناس بالسلع والخدمات.

5. وظيفة حفظ إيقاع الحياة للفرد :

ويذكر النقاد البريطانيون وظائف، ومسؤوليات أخرى للصحافة، بجانب وظيفة الإمداد بالمعلومات وهي: إثارة الاهتمام بالقضايا العالمية، كالبيئة، والموارد، والسكان، ومشكلات التصحر، وتجريف التربة، وطبقة الأوزون، والتصدي للأفكار الشيوعية، والنعرات القومية، التي تهدد بالحروب وعدم الاستقرار فى العلاقات الدولية.

المستوى الثاني :

مستوى المعايير، وهنا يلخص كل من آجى والت، وايميرى، القانون الأخلاقي للصحافة، فى خمس دوائر متداخلة، وهذه الدوائر من الداخل إلى الخارج كالتالي:

الدائرة الأولى: الداخلية الأصغر، تمثل المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد، إضافة لحراس البوابة (مسؤولي المؤسسات الصحفية من رؤساء ومديري تحرير ورؤساء الأقسام) الذين يحددون ماذا نقرأ ونسمع ونرى؟

الدائرة الثانية: تمثل معايير الوسيلة الإعلانية، ومواثيقها الداخلية، سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، ولا بد أن يستجيب الأفراد، فى الدائرة الأولى، لمعايير المؤسسة فى الدائرة الثانية.

الدائرة الثالثة: تتضمن المعايير المهنية، التي تضعها الهيئات الصحفية المسؤولة عن تنظيم عمل وسائل الإعلام المختلفة، وضبطه، مثل جمعيات واتحادات الصحفيين والناشرين.

الدائرة الرابعة: تمثل الفلسفات الإعلامية الأساسية، وقوانين الحكومات، فى النظريات المختلفة السلطوية، السوفيتية أو الشيوعية، الليبرالية، والمسؤولية الاجتماعية، ويندرج تحتها واجبات الملاك والمديرين.

الدائرة الخامسة: وتمثل الحدود، التي يضعها المجتمع، ويسمح بها الناس، فى مجالات النشاط الإنساني، والتي لا تتخطاها الهيئات والأفراد.

المستوى الثالث :

مستوى القيم المهنية، وتشمل معايير جمع الأخبار: كاحترام الخصوصية، وتجنُّب خداع المصادر، وصراع المصالح، ومعايير كتابة الأخبار: مثل الدقة، والموضوعية، والتوازن، والشمول.

التزامات الصحفيين وواجباتهم :

إلى جانب ما يتمتع به الصحفيون، من حقوق وضمانات، عليهم أن يلتزموا، فى المقابل، بمجموعة من المسؤوليات والواجبات، إزاء مهنتهم، وتتمثل تلك الالتزامات والمسؤوليات فى أربعة أنواع هي:

1. الالتزامات والمسؤوليات المهنية :

اي الالتزامات الخاصة بطبيعة مهنة الصحافة، وأسلوب أدائها، وتشمل:

- نقل الأنباء بدقة من دون تحريف أو تشويه، وذكر الحقيقة، من غير مراوغة، أو تستر، لا مبرر له.
- الالتزام. قدر الإمكان. بالموضوعية والصدق.
- عدم الخلط، بين الرأي والخبر.
- الحرص على العمل من أجل التدفق الحر والمتوازن للإعلام.
- احترام أسرار المهنة.

وهناك التزامات خاصة بالمراسلين، الذين يعملون فى بلاد اجنبية، بأن تكون كتاباتهم، عن تلك البلاد، دقيقة وعادلة.

وهناك بعض الالتزامات المهنية الإضافية، يفرضها التطور التكنولوجي، وتتمثل فى بعض القواعد التي ينبغي أن يلتزم بها العاملون، فى بنوك المعلومات، مثل:

أ. الحفاظ على اسرار المهنة، والالتزام بعدم التصريح لأحد بالاطلاع على معلومات معينة، إلا للمصرح لهم بذلك فقط.

ب. الحصول على موافقة الشخص، الذي يتم تحرير معلومات عنه، عدا

الحالات التي ترتبط بإجراءات قانونية، أو تتصل بالأمن القومي.

2. الالتزامات والمسؤوليات الأخلاقية :

اي المسؤوليات المتعلقة بمدى الالتزام بأخلاقيات المهنة، مثل:

أ. التزام الصحفي بمستوى أخلاقي عال، بحيث يتمتع بالنزاهة، ويمتنع عن كل ما يسيء لمهنته، كأن يكون دافعه للكتابة مصلحة شخصية، على حساب الصالح العام، أو من أجل منفعة مادية.

ب. الامتناع عن العمل، مع أجهزة الاستخبارات، لتزويدها بالمعلومات، او القيام بأعمال تجسس لحسابها تحت ستار الواجبات المهنية. وقد عدت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال (1978) هذه العمالة للاستخبارات امراً بغيضاً، يمكن أن يقوض المهنة تماماً، وأعلنت اتحادات الصحفيين، مراراً، أن قيام اعضائها من الصحفيين بأداء خدمات، او قبول مكافآت من اي مصدر، غير جهة العمل المعروفة، هو تصرف غير أخلاقي.

ج. احترام كرامة البشر وسمعتهم.

د. عدم التعرض للحياة الخاصة للأفراد، وعدم إفشاء أسرارها.

3. الالتزامات القانونية

وهي مجموعة الالتزامات، التي يفرضها القانون على العاملين فى مهنة الصحافة، ويعاقبهم، جنائياً، فى حالة مخالفتها، ويمكن إجمالها على النحو التالي:

- الالتزام بأحكام القانون.
- الامتناع عن التشهير او الاتهام بالباطل، والقذف والسب.

- عدم انتحال آراء الغير، ونسبتها إلى نفسه.
- عدم التحريض على اي عمل، غير قانوني، ضد اي شخص، أو مجموعة من الأشخاص.
- عدم نشر أمور، من شأنها التأثير فى سير العدالة، حتى تتوافر الضمانات للمهنيين والمتقاضين، فى محاكمة عادلة، أمام قاضيهم الطبيعي؛ فلا يجوز محاكمتهم على صفحات الصحف قبل حكم القضاء.
- الامتناع عن نشر أنباء جلسات المحاكم السرية.

4. الالتزامات والمسؤوليات الاجتماعية

وهي المسؤوليات، التي يقبل الصحفي، طواعية، الالتزام بها لإحساسه بمسؤوليته الاجتماعية، وتتمثل فى الآتي:

- التصرف بشكل مسؤول اجتماعياً، واحترام مسؤوليته ازاء الرأي العام وحقوقه ومصالحه.
- احترام حقوق الإنسان ومبادئ التعاون، بين الشعوب، والمشاركة فى الكفاح من أجل هذه الحقوق.
- عدم الدعاية للحرب أو الحض على الكراهية القومية، أو العرقية، أو الدينية، والتي تشكل تحريضاً على العنف.
- الامتناع عن نشر الموضوعات الخليعة، والتي تحرض على الإجرام، والانحرافات الجنسية، وتحبذ المخدرات وما إلى ذلك.
- الالتزام بالقيم الثقافية المقبولة للمجتمع.
- مراعاة الصحفي لمسؤوليته، تجاه المجتمع الدولي، فيما يتعلق باحترام القيم التي اتفق عليها المجتمع الدولي.

وفى هذا الإطار ثمة ثلاث نقاط رئيسية تضمها قوائم المحظورات على الصحفيين، وإن اختلفت درجة الحظر هذه من بلد إلى آخر، ومن فترة لأخرى، فقد تضيق هذه المحظورات، أو تتسع، حسب ظروف كل بلد، وحجم الحرية المتاحة، والمسموح بها فى هذا البلد، وهذه القوائم تضم:

أولاً: الامتناع عن نشر المعلومات المناهضة للمصلحة الوطنية، ويدخل فى هذا، الأمور الخاصة بالأمن القومي، والأسرار الرسمية، التي تحظر كل الدول . مهما كان نظامها السياسي . إفشاءها .

ثانياً: الامتناع عن نشر المعلومات التي قد يضر نشرها بالحياة الاجتماعية.

ثالثاً: الامتناع عن المعلومات التي تسيء للحياة الخاصة للأفراد .

وفى بعض الحالات، قد تتسع هذه المحظورات لتشمل التحريض على الشغب، أو الاستهانة بالدستور، إهانة رئيس الدولة، الإضرار بالعلاقات مع الدول الأجنبية، نشر الأخبار الزائفة أو المغرضة، الدعاية لتحبيذ الحرب.

وتأخذ القيود والالتزامات، التي قد تفرض على الصحافة، عدة أشكال، هي:

1. الالتزامات القانونية

وهذه الالتزامات القانونية سواء أخذت شكل الوقاية، أو الردع، ترد فى قوانين المطبوعات أو الصحافة، وقوانين العقوبات وغيرها من التشريعات، التي تنظم عمل وسائل الاتصال:

وتأخذ هذه القيود أشكالاً منها:

أ. قوانين الرقابة، وتأخذ هذه الرقابة صوراً متعددة:رقابة سابقة على النشر. ورقابة بعد النشر، وقبل التوزيع، وهذان الشكلان يهدفان إلى الوقاية أو المنع، و رقابة بعد التوزيع، وهذه تهدف إلى الردع أو التجريم.

ب. منع نشر المداولات القضائية، أو بعضها، وحماية حرية القاضي، وعدم التأثير على سيره. وتغالي بعض الدول، فى تطبيق مبدأ انتهاك حرمة المحكمة، إذ تستبعد بعض الصحفيين (أو غيرهم من الإعلاميين)، من حضور المحاكمات السياسية الحساسة، من دون مبرر، مستغلة هذا المبدأ.

ج. بعض القيود لحماية الأخلاق العامة، والأسرة، والعلاقات الاجتماعية، وهو ما يسمى (بحرمة الآداب وحسن الأخلاق).

د. قيود على النشر، فى القضايا الخاصة، بالأحداث (صغار السن)، وكذلك فرض نوع من الرقابة على برامج الأطفال، ومطبوعاتهم.

هـ. منع نشر المطبوعات، أو المواد الإعلامية، التي تدعو إلى التمييز العنصري أو العقائدي. ويدخل فى هذا، القيود التي قد تُفرض فى بعض البلاد، على المطبوعات، أو المواد الإعلامية، التي تشكل عدواناً على الأديان.

و. بعض القيود على الإعلانات الخاصة بالطب، والمنتجات الدوائية، والخمور، والمخدرات، والسجائر، والمراهنات، واليانصيب، والمضاربات المالية.

ز. قيود على التحريض على ارتكاب الجرائم، أو العنف.

ح. تجريم القذف والسب. وهو امر ضروري، إلاّ انه أحياناً، يستخدم لحرمان الجمهور من بعض المعلومات المطلوبة، كما قد يستغل من جانب

السلطات لفرض عقوبات مالية تعوق مطبوعات الأقلية.

ط. فرض الرقابة باستخدام مسميات وتعبيرات مثل (وقاية النظام الاجتماعي) أو (حماية النظام العام) أو (الأمن القومي). وهذه الأمور قد تجبر الصحفي على أن يطبق قيود الرقابة الذاتية على نفسه.

ى. فرض قيود على النشر، او الأمور الماسّة بأمن الدولة، أو إذاعة اسرارها.

ك. تجريم الأخبار الكاذبة.

ل. تتيح ظروف الطوارئ للحكومات أن تفرض رقابة سياسية على الصحافة، إلا أن هذه الرقابة قد تمتد إلى غير ما يتصل بالسلامة العامة، او اغراض الأمن القومي، مثل منع النقد عن الأجهزة المسؤولة، أو عن الأشخاص ذوي الصفة العامة، أو حتى لحماية غايات أخرى غير السلامة العامة او الأمن القومي.

م. قد تُفرض بعض القيود والعقوبات على نشر ما يسيء إلى الحكومات الصديقة.

ن. إلى جانب هذه الالتزامات السابقة، هناك بعض القضايا القانونية الخاصة بالإعلام والاتصال مثل القوانين التي تنظم حقوق النشر والتأليف، حق الأداء العلني، التشريعات العمالية، الضرائب، التزامات الاتصال بمبادئ القانون الدولي.

2. القيود الإدارية او الإجرائية :

هي الإجراءات الإدارية، الدائمة أو المؤقتة، التي قد تتخذها بعض الحكومات، مثل:

أ. عوائق بيروقراطية: مثل فرض تأمين نقدي ضخم على إصدار المطبوعات، أو التوسع فى الإجراءات الإدارية، التي يتطلبها إصدار الصحف؛ فبينما يُكتفي، فى بعض الدول، بمجرد الإخطار الذي يبلغ إلى الجهة الإدارية المختصة، قد يحتاج الأمر فى دول أخرى إلى الحصول على ترخيص سابق.

ب. حظر تداول بعض المطبوعات والمواد الإعلامية، التي تصدر، فى الداخل، أو المطبوعات، والمواد الإعلامية الأجنبية، مثل حظر الكتب، أو حظر بث برامج معينة أو افلام معينة، أو حذف أجزاء منها، أو حظر توزيع المطبوعات غير اللائقة، أو التي تصف العنف او تنشر معلومات طبية عن الأدوية، أو حظر استيراد نوعيات معينة من الأفلام والمطبوعات والتسجيلات والبرامج التليفزيونية، بغرض حماية القيم الثقافية.

ج. جواز تعطيل بعض المطبوعات (صحف او كتب)، او مصادرتها بدعوى المحافظة على النظام أو الدين أو الآداب.

د. جواز إنذار الصحف، أو وقفها، أو إلغائها، بالطريق الإداري على الرغم من أن هذا المبدأ اصبح نصاً مهجوراً تماماً، في كافة الدساتير المتقدمة، منذ ما يقرب من مائة عام.

3. القيود الاجتماعية والاقتصادية :

اي العقبات الخاصة بالظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع، الذي تعمل فيه وسائل الاتصال الجماهيري، ومن بينها الصحافة، وتؤثر فيها، كذلك الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية، المتعلقة بظروف عمل الوسائل نفسها، ومن ذلك مثلاً:

- الاحتكارات فى مجال الاتصال، سواء كانت عامة أو خاصة أو دولية.

- عدم كفاية البنيات الأساسية للاتصال.
- الاتجاهات والمحظورات الثقافية الراسخة.
- تقاضي بعض الصحف إعانات سرية من الحكومة. وتكمن خطورة هذه الإعانات، فى سريتها، مما قد يقابله تعمد بعض هذه الصحف تضليل الرأي العام، دون كشف حقيقة أمرها.
- تركيز السيطرة على أجهزة الاتصال الجماهيري، فى يد فئة تتحكم فيها، وتتجاهل الفئات الأخرى، وتواجه حقها فى التعبير عن الرأي، باللامبالاة.
- قد يمارس المعلنون سيطرة اقتصادية على وسائل الاتصال الجماهيري، نظراً لاعتماد هذه الوسائل على الإعلان، كمورد رئيسي لتمويلها.

4. العوائق اثناء ممارسة وسائل الأعلام لعملها :

وتشمل المشاكل المتغيرة، التي قد تواجه عمل وسائل الاتصال الجماهيري، بحرية، أثناء الممارسة العملية، وقد لا توضع هذه المشاكل فى الحسبان إلا أنها احياناً تطفو على السطح فجأة، ومن هذه المشاكل:

- إصدار تعليمات حكومية عن كيفية معالجة بعض الموضوعات المتصلة بأحداث، أو قضايا معينة.
- وضع قائمة ببعض المطبوعات (أو غيرها من المواد الإعلامية) الممنوع تداولها.
- ممارسة بعض أشكال الإرهاب، ضد الإعلاميين، كالتهديد، والعنف، وإدراج أسمائهم، فى القوائم السوداء، أو معاقبة الإعلاميين الذين لم يلتزموا بالتوجيهات، أو التعليمات.

- مقاطعة أعمال بعض الإعلاميين، أو حظر تداول نصوص كتابات معينة لهم.
- طرد أفراد من العاملين فى أجهزة الإعلام، وحرمانهم من إمكانيات النشر، أو العمل الإعلامي.
- نقص الخبرة والتدريب المهني المناسب والكافى لممارسة العمل الإعلامي، بالشكل المطلوب.
- الاستيلاء على مؤسسات الطباعة، أو الإذاعة، أو حظر نشاطها.
- قيود خاصة بظروف العمل وتنظيمه، داخل أجهزة الاتصال الجماهيري نفسها.
- سياسة وسائل الاتصال نفسها، مثل تحديدها للأوقات، أو المساحات، التي تخصصها للأشكال المختلفة للمضمون (الأخبار، التسلية، التعليم، الثقافة، التنمية، الرياضة..)، وسياستها التحريرية (هل تهتم بالعرض المشوق، وتغطية الجريمة والرياضة، والموضوعات الإنسانية والطريفة أم أنها تسعى لتقديم مضمون ذي مستوى رفيع؛ فتهتم بالتغطية الإخبارية العميقة والمتوازنة والموضوعات الإعلامية والمقالات المفسرة، أم أن غرضها هو الدفاع عن مبدأ سياسي معين ؟) كذلك طريقة معالجتها لمضمونها.

ويترتب على ذلك أنه يصبح على الوسيلة أن تتخذ قرارات بشأن المبادئ التالية:

- تعمد إغفال، أو عدم إغفال، نشر بعض الأخبار، أو المعلومات، أو الآراء. نقد السلوكيات السيئة والتعريض بها .
- حماية سرية مصادر المعلومات .
- الفصل بين الخبر والتعليق .

- تحديد المساحة التي ستخصص للمادة الإعلانية .
- تحديد نسبة المواد الأجنبية فى موضوعات الصحيفة .
- التعاريف الضيقة للخبر، والاعتبارات التي تحكم ما ينبغي نشره، واية قضايا يجوز مناقشتها.

الإعلام والرأى العام

رؤية إسلامية

الرأي العام كلمة تتردد كثيراً في وسائل الإعلام، خاصة عند الملمات والأحداث الجسام التي تتطلب حشداً وتأييداً جماهيرياً.

فكيف ينظر الإسلام إلي هذه الظاهرة الخطيرة.. وكيف يتعاطى معها..؟

لا شك أن الرأي العام قد احتل من فكرة الإسلام مكاناً بارزاً ، حيث كشف لنا الإسلام عن مقوماته الموضوعية التي يكون الرأي العام قائماً متى توفرت هذه المقومات، وجعل الإسلام له دوراً بارزاً وواضحاً ومحدداً وقوة تقوم على تنفيذ القوانين.

وقد فطن الرسول "صلى الله عليه وسلم" بما آتاه الله من حكمة وبصيرة أن مهارة الاتصال مع جمهور معين أو جماهير متعددة ترتكز على المعرفة بخصائص هذه الجماهير، وأدائها، واتجاهاتها.. فطلب من أصحابه أن ينقلوا له صورة الرأي العام ليعرف حاجاته ومطالبه وشكاياته "أبلغوا عني حاجة من لا يستطيع إبلاغ حاجته" رواه الطبراني..

ولقد كفل الإسلام للرأي العام من الحقوق ما جعله يقف من الرأي المعلن موقف المعارضة، إذا تعارض هذا الرأي مع مصالح الجماعة وقيمها وبَعُد عن هدفه الأسمى الذي رسمه الإسلام وفق منظومة الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر، وانصرف إلى محاولة إلحاق الضرر بالمجتمع وأفراده.

دعونا فى البداية نعرف الرأي العام: "هو تعبير عن نتيجة الجدل أو النزاع أو المناقشة حول هذا الموضوع" والجدل الذي يتصل بالمصالح المشتركة لأفراد

الجمهور النوعي، ومن المواقف السلبية او الإيجابية لحالة الجدل يظهر ما يُعرف بالرأي العام.

والموضوع الجدلي هنا يعني وضعاً يمس المصالح المشتركة لأفراد الجمهور النوعي أو القواعد السائدة بينهم، ويخلق لذلك أزمة تثور بسببها المناقشات ويتكون نتيجة لها راي عام.

فالراي العام يكّونه الأفراد الداخلون فى جمهور نوعي معين بعد تعبيرهم عن آرائهم حول موضوع الجدل، ومن تداخل الآراء الفردية وتفاعلها ينتج الراي العام.

وهذا يعني ان الراي العام عبارة عن تحول الآراء الفردية إلي راي الجماعة، وهذا ما يعبر عنه احياناً بالعقل الجماعي الذي يربط افراد جماعة ما لأنه بالضرورة نتاج لحياة ذهنية جماعية كاملة.

وليس بعجيب والحالة هذه أن يهتم الإسلام بالراي العام وأن يحتل من فكرة الإسلام مكاناً بارزاً على النحو الذي سنعرضه الآن:

أ- الكشف عن المقومات الموضوعية للرأي العام:

حث الرسول "صلي الله عليه وسلم" الفرد المسلم على الاهتمام بمشاكل المجتمع والدخول والمشاركة فى تكوين الراي بخصوص المسائل التي تهم جماعة المسلمين ونهاه عن الوقوف منها موقف اللامبالاة.

وفى الحديث "من لم يهتم بأمر المسلمين فليس منهم" رواه الترمذي.. وهكذا جعل النبي "صلى الله عليه وسلم" من شروط الانتساب الصحيح الكامل لعضوية المجتمع المشاركة فى الأمور التي تطرح نفسها على صعيد المجتمع..

وهكذا يشير الرسول "صلى الله عليه وسلم" بهذا القول إلي ما نقصده بالمقومات الموضوعية التي توطد للرأي العام ومن ابرزها:

- المشكلة التي تفرض نفسها على أعضاء الجماعة المسلمة، ولعل هذا ما قصده الرسول " صلى الله عليه وسلم" بقوله فى الحديث السابق "أمور المسلمين" فأمور المسلمين هي مختلف القضايا والجوانب والاهتمامات والتطلعات والمخاوف التي تواجه المجتمع المسلم.

- المناقشة لهذه الأمور والمشاكل، والتفاعل الاجتماعي بين الأفراد للوصول إلى الرأي العام بصددها .. وهذا ما عناه الرسول "صلي الله عليه وسلم" بقوله "يهتم بأمر المسلمين" ومن ثم فإن الاهتمام يتطلب من الفرد فى الإسلام الا يتوحد ويعتزل ويشرد عن المجتمع وينكر الصلة بينه وبين غيره.

ب- تشجيع الفرد على تقديم رأيه :

لقد اعترف الإسلام بحق الإنسان فى ان يفصح عن رأيه ويُدلي بحجته ويجهر بالحق ويصدع به وقد كان الرسول " صلى الله عليه وسلم" يبايع اصحابه على أن يجهروا بالحق وإن كان مُراً وعلى الا يخافوا فى الله لومة لائم .

ولم يُعرف عن النبي " صلى الله عليه وسلم" فى حياته انه اخذ إنساناً أو عاقبه برأي جهر به او اعلنه فى حدود المباح، ولكنه كان يشجع أصحابه على إبراز آرائهم والإعلان عنها.

ذلك أن الرأي العام قد يكون له وجود بين الأفراد ولكنهم قد لا يُعبرون عنه أو يجهروا به للخوف من أي سبب من الأسباب.

وقد يحسُن أن يعبر الناس عن آرائهم علانية ولكن فى أحايين أخرى

يؤثرون الاحتفاظ بها لأنفسهم أو التعبير عنها بطريقة غير رسمية للآخرين ممن يثقون فيهم ، ولذا وُجد من يضع ضمن تصنيفات الرأي العام ما يُسمي بالرأي العام الباطن، وهو غير المعبَّر عنه لأن أفراد المجتمع يخشون التعبير عن آرائهم واتجاهاتهم.

وقد كان الرسول " صلى الله عليه وسلم" يعلم أن الناس لا يعبرون عن آرائهم إلا إذا كان هناك تشجيع لإبداء الرأي، فشجع "صلي الله عليه وسلم" الناس على الجهر بآرائهم وأمنهم من أي عقاب أو مؤاخذة على ذلك "فلم يؤاخذ أحداً على رأيه ولم يقاطع حديثَ أحد وما كلمه إنسان إلا أصغى إليه".

وهكذا أمن الفرد على نفسه ووجد أن رأيه إن كان صواباً أُخذ به ووجد طريقه للتنفيذ والتطبيق ، بل كان نبينا " صلى الله عليه وسلم" وهو الموحى إليه يأخذ بآراء أصحابه، وينزل عليها .

وتطبيقاً لما سبق فقد التقت النظرة الحديثة مع ما سبق أن قرره الإسلام، حيث أُشير إلي أنه من الضروري للحصول على المعلومات من العاملين فى منظمة ما، فإن العاملين يجب أن يُؤمَّنوا ويُضمن لهم أن يعبروا عن آرائهم دون أي مؤاخذة أو عقاب، فإذا كان العاملون يشعرون بالأمان فإنهم سوف يمُدون بمعلومات جيدة وفعالة..!

ج- حث الفرد على استقلالية الرأي:

إذا كان الرسول " صلى الله عليه وسلم" قد حث الفرد على الاندماج فى مجتمعه والاشتراك فى مناقشة أموره وشجعه على الجهر برأيه فإنه أيضاً وفى الوقت ذاته أمر " صلى الله عليه وسلم" الفرد ألا يتابع غيره دون وعي وهُدى بل عليه أن يحكِّم عقله وفكره، وأن يدخل المناقشة الجماعية يقوده فكر واع وعقل

مستنير، ونعى القرآن الكريم على من يتابعون غيرهم قائلين " إِنَّا وَجَدْنَا آبَاءنَا عَلَى أُمَّةٍ وَإِنَّا عَلَى آثَارِهِم مُّقْتَدُونَ " الزخرف23.

كما توعد القرآن من يُعطلون عقولهم بقوله " وَلَقَدْ ذَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيراً مِّنَ الْجِنِّ وَالإِنسِ لَهُمْ قُلُوبٌ لاَّ يَفْقَهُونَ بِهَا ... " سورة الأعراف 179..

ولذلك رأينا الرسول " صلى الله عليه وسلم" يشجع الفرد على الاستقلال برايه ففي الحديث "لا يكن احدكم إمعه يقول أنا مع الناس إن أحسن الناس احسنت وإن اساءوا أسات ولكن وطنوا انفسكم إن أحسن الناس أن تحسنوا وإن أساءوا أن تجتنبوا إساءتهم" رواه الترمذي وله زيادات أخرى..

ولعل الرسول " صلى الله عليه وسلم" يهدف بذلك إلى الحصول على رأي فردي سليم يُعبر الفرد فيه عن ذاته غير متأثر بغيره ضماناً لحدوث تفاعل بين آراء الأفراد وصولاً للرأي العام السليم.

د - فاعلية الرأي العام فى المنظومة الإسلامية:

لم يكتف الإسلام بتشجيع المسلم على إبداء الرأي وصيانة حريته فى ذلك، ولكنه إضافة إلى ذلك أوجد الإسلام للرأي العام دوراً يتجاوز مجرد التعبير القولي إلى السلوك الفعلي .

فقد اعتبر الإسلام الرأي العام وسيلة من وسائل مقاومة الآفات الاجتماعية يفعل مالا تفعله القوانين، بل وجعله العين الساهرة على تنفيذ القوانين واحترام القواعد الأدبية والسنن الصالحة التي أقرها المجتمع وجعل الإسلام للرأي العام دوراً يتمثل فى تقويم المعوج ومنع الخبائث.

قال الله تعالى: "كُنتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ

عَنِ الْمُنكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللّهِ.." آل عمران 110..

وقد بيَّن القرآن أن اللعنة تكون على الذين يفسدون الرأي العام فى الأمة.. قال تعالى: " لُعِنَ الَّذِينَ كَفَرُواْ مِن بَنِي إِسْرَائِيلَ.. " المائدة 78.. ومن هذه الآية يتضح وكما ورد فى الحديث "لما وقع بنو إسرائيل فى المعاصي نهتهم علماؤهم فلم ينتهوا فجالسوهم فى مجالسهم وواكلوهم وشاربوهم فضرب الله قلوب بعضهم ببعض ولعنهم على لسان داود وعيسى ابن مريم.." الحديث.

وهكذا يتضح لنا أن الرأي العام لبني إسرائيل صار يستحسن المنكر ويسكت عن فاعليه، ومن هنا فسد الراي العام وصار كل فرد فى المجتمع يري الظلم والفساد فلا يأمر بتغييره ويقع هو فى الظلم فلا ينهاه أحد.

وفى الآية السابقة " كَانُواْ لاَ يَتَنَاهَوْنَ عَن مُّنكَرٍ فَعَلُوهُ .." المائدة 79.. ومن المثير للسخرية والعجب معاً أن هذا الأمر لم يكن مقصوراً على العامة وإنما شاركهم فيه علماؤهم.. قال تعالى : ".. لَوْلاَ يَنْهَاهُمُ الرَّبَّانِيُّونَ وَالأَحْبَارُ عَن قَوْلِهِمُ الإِثْمَ وَأَكْلِهِمُ السُّحْتَ لَبِئْسَ مَا كَانُواْ يَصْنَعُونَ " المائدة 63.. فقد وقفت الطبقة المثقفة فيهم ساكتة لا تمد يدها لتغيير ظلم أو دفع عدوان.

وفى سبيل تكوين رأي عام صالح صائب له دور واضح ملموس أوجب الإسلام على كل مؤمن أن يستنكر الشر ويستهجنه وإلا اضطربت أمور المجتمع.. وهكذا أقام الإسلام الرأي العام حارساً يراقب من شذ ويُرجعه للصواب.

هـ- الرأي العام بين حرية التعبير وشذوذ الأفكار والمواقف:

منح الإسلام الفرد حرية التعبير عن رأيه وفكره، ولكن الإسلام عندما أعطى له هذا الحق قيّده بأن يكون لصالح المجتمع وأفراده، ودعوى حرية الرأي والفكر لا تُجيز له الإضرار بالمجتمع ومصالحه العامة وفى هذه الحالة حث

الإسلام المجتمع أن يُباشر الوصاية على الراي المعوج والفكر المنحرف والسلوك الشاذ.. وفى الحديث قال الرسول "صلى الله عليه وسلم" "إن قوماً ركبوا سفينة فاقتسموا فصار لكل منهم موضع فنقر رجل موضعه بفأس فقالوا له : ما تصنع ؟ قال : هو مكاني أصنع فيه ما أشاء، فإن أخذوا على يده نجا ونجوا وإن تركوه هلك وهلكوا"الحديث.. وبهذا أرسي النبى " صلى الله عليه وسلم"عرفاً مغزاه" أنت حر ما لم تضر" ..

وهكذا جعل الإسلام المسئولية بين الفرد والمجتمع مسئولية تقابلية، فالفرد مسئول والمجتمع مسئول والعاطفة بينهما عاطفة بنوة وامومة، فالفرد يشعر بالبنوة والبر بمجتمعه، والمجتمع يلمس إحساس الأمومة والرعاية للفرد وهكذا ينشأ من إدراك المسئوليتين السابقتين والاضطلاع بهما ما يسمى بالرأي العام.

و- تحريم خداع الرأي العام وتشكيله على أسس غير سليمة:

لما كان للراي العام فى الإسلام هذا الدور وهذه الأهمية فإن الإسلام حارب كل من يحاول خداع الرأي العام وغشه، لأن فى ذلك إهداراً للطاقات، وتضييعاً للمصالح العليا، وإفساداً للذوق العام.

ولما كانت المعلومات والحقائق إحدى الركائز الأساسية فى بناء الرأي العام، فقد أولى الإسلام عنايةً بالغة بضرورة الدقة فى نقل الخبر والمعلومة وعدم التضليل والخداع والغش.. قال " صلى الله عليه وسلم" "من غشنا فليس منا"..
وقال ايضاً " صلى الله عليه وسلم""ملعون من ضارٌ مؤمناً أو مكر به" .

وقد جاء فى تفسير قوله تعالى: "يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَإٍ.. "الآية.. أن الرسول " صلى الله عليه وسلم" أرسل رجلاً إلى بني المصطلق

ليجمع صدقاتهم فرجع واخبر رسول الله " صلى الله عليه وسلم" انهم يعدون لحربه، فأرسل لهم الرسول " صلى الله عليه وسلم" ليستوضح الخبر فوجد ان الحقيقة غير ذلك.

ولقد أحدث هذا الخبر الكاذب اضطراباً فى الراي العام وكاد ان يتحول إلى رأي عام فعلي يأخذ صورة الإعداد لغزو هؤلاء الناس.

وعلى هذا النحو يكون لأي خبر مهما كان وزنه دور فى صياغة وتشكيل الرأي العام ومتى كان هذا الراي صحيحاً صادقاً تكّون الرأي العام على أساس سليم، وإذا كان كاذباً ومغرضاً تشكل راي عام خاطئ.

ومن ثم يمكننا أن نفهم لماذا حارب الإسلام الغش وعدم الدقة فى الأخبار وحارب الإسلام الشائعات التي تقوم على نقل خبر كاذب لا أساس له من الصحة أو تُضخم من أمر وتجعله يبدو فى صورة غير حقيقية.

فالشائعات تؤدي إلي التشكيك والبلبلة وتُوقع الجماهير فى حيرة شديدة وتؤدي إلى الفرقة والصراع الداخلي.

وقد وجّه القرآن الكريم الرأي العام – عندما يستشعر الشائعة – الا يساهم فى نشرها وترديدها ولكن عليه ان يُرجعها لأولي الأمر قال تعالى: "وَإِذَا جَاءهُمْ أَمْرٌ مِّنَ الأَمْنِ أَوِ الْخَوْفِ أذاعوا به .." النساء 83.. وهكذا يوقظ الإسلام إحساس الرأي العام ويُشعره بالمسئولية لإدراك خطورة الشائعة التي توقعه فى الحيرة والبلبلة.

ويرى الدكتور امين ساعاتي أنه ينبغي، فى مجال الإعلام، وفى غمرة المطالبة بوجود إعلام إسلامي، أن نميز بين لوازم العصر واهوائه؛ إذ أن العصر الذي نعيشه، يستلزم إتقان السبل، ومعرفة الوسائل، والتمكن من العلوم والفنون

المعاصرة، ثم الانطلاق بها إلى الإسلام، وتصفيتها من الشوائب والمتاهات الفكرية، ليحل محلها التصور السليم كما أرادته شريعة الله. أمّا أهواء العصر، فما أكثرها، وما أكثر مُشْتقياتها ومنزلقاتها، وعلينا أن نحذر من الوقوع فيها. المهم الاّ نخلط بين الأهواء والمستلزمات فى حياتنا المعاصرة، وعلم الإعلام المعاصر لا يخلو من أهواء العصر، ولكنه ملئ بمستلزماته، وعلينا واجب معرفتها وإتقانها، ثم انتقاء الصالح منها، وتقويته، وإحلال الصحيح محل الخطأ، من منظور وتصور إسلاميين.

ويضع الدكتور أمين ساعاتي الأسس الروحية والمادية التالية لنظرية مستقلة فى الإعلام الإسلامي يمكنها توجيه عمل الصحفيين :

أولاً : وضع صياغة جديدة للقيم، والمفاهيم الإعلامية، تعبر تعبيراً صادقاً عن مناحي العقيدة الإسلامية، بحيث تؤدي هذه الصياغة إلى إنتاج الإعلامي المسلم، الذي يراقب الله فى عمله، وما يفرضه من تفكير، ورأي.

ثانياً: إعادة النظر فى المبادئ والمذاهب الإعلامية العصرية، ودعمها بمنطلقات إيمانية صافية، وتطويعها للتطبيق العلمي، بإرادة قوية، وطموح غير محدود.

ثالثاً : الاستيعاب الكفء لتقنيات الإعلام الحديثة، علماً وممارسة، ولا يقف الاستيعاب الجيد، عند هذا الحد، بل يتعداه إلى فنون الإعلام وعلومه المختلفة، من مسرح، وسينما إلى إخراج، وتمثيل وسيناريو وديكور ومكياج ومكساج.

رابعاً : التقليل من أساليب الوعظ المباشرة، والبعد عن الأشكال التقليدية، والخروج إلى رحاب أوسع باستخدام الفنون الإعلامية العصرية لاجتذاب المشاهد، أو المستمع، أو القارئ.

خامساً: نشر اللغة العربية وآدابها، لإيجاد حس لغوي وأدبي رفيع، عند المشاهد والمستمع والقارئ.

سادساً: الاهتمام الجاد بالجانب الترفيهي الهادف، من خلال برامج، ومشاهد، وصفحات، يُعنى بإعدادها متخصصون لإيجاد البديل الجيد والملتزم.

سابعاً: العناية بالبرامج والمواد الموجهة للطفل، والأسرة، والمهنيين، وأصحاب الحرف، والمهارات.

ثامناً: المبادرة الفورية بتكليف أقسام الإعلام بالجامعات باستحداث تخصصات، فى الإعلام الإسلامي، وإعطاء الدرجات العلمية الرفيعة لها.

مواثيق الشرف الصحفي :

تعاني الصحافة، كغيرها من وسائل الإعلام، فى كثير من دول العالم، من مشكلتين، لكل منهما صدى مباشر على المستويات المهنية :

الأولى: مشكلة اقتصادية، تفوق تكاليف الإنتاج فيها الدخل الذي تحصل عليه تلك الوسائل، والصحافة لا تستطيع دائماً أن تدعم نفسها بنفسها، وذلك يعني أن مشاكل الإعانات يجب أن يُراعى فيها الدقة، إذا لم تتأثر بذلك مستويات أداء الأجهزة الإعلامية بدرجة كبيرة.

الثانية: هي مشكلة الصدق الصحفي، حيث لا يكفي تحقيق تدفق حر للمعلومات، بل يجب تجميعها ونشرها بمسؤولية، وبهدف، وبصدق.

وأحد الحلول المطروحة فى إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية هو لوائح القيم، أو مواثيق الشرف المهني؛ فالصحافة مهنة، مثل غيرها من المهن، لها

أدبياتها، ولكنها مهنة، ذات طابع خاص؛ لأنها تتعامل مع القيم والرأي العام وتكوين الضمير الاجتماعي لجماهير القراء.

بدأ تدوين قواعد السلوك المهني، أو مواثيق الشرف الصحفي . والإعلامي فيما بعد – للمرة الأولى، فى بداية العشرينات من هذا القرن. وهناك الآن عدد قليل من الدول . لا تزيد عن خمسين دولة فى العالم . لديها نظم متطورة فى الإعلام والاتصال، ذات مواثيق شرف صحفية وإعلامية.

تحتوي مواثيق الأخلاقيات أو معايير السلوك المهني على مبادئ رئيسية، هي :

إن الإعلام مسألة مقدسة، وينبغي أن يكون دقيقاً، غير محرّف، وغير مخادع أو مكبوت.

ضرورة الفصل بين المعلومات أو وظيفة الأخبار، والتعليق، أو وظيفة التعليق، وإبداء الرأي.

أن يخدم النقد والتعليق المصلحة العامة، لا أن يكون هدفه مجرد الافتراء، أو تشويه السمعة.

وتتضمن كل المواثيق فقرة تتصل بالحفاظ على سر المهنة .

ويُلاحظ أن أغلب المبادئ، التي تتضمنها مواثيق الأخلاقيات، تصاغ فى عبارات عامة، وأحياناً غامضة، أو مبهمة، خاصة ما يتعلق منها بمبادئ الموضوعية، والحيدة، والصدق، وحرية الإعلام.

تهدف قواعد السلوك المهني إلى حماية الفئات التالية :

- حماية المستقبل (القراء والمستمعين والمشاهدين) أي الجمهور عامة.

- حماية العاملين فى وسائل الاتصال من المهنيين.
- حماية مصالح ملاك الوسائل (قد يكون هذا المالك شخصاً أو مجموعة مساهمين أو حكومة).
- حماية الذين تقع عليهم المسؤولية القانونية عما يُنشر، من مادة غير مسؤولة، أو غير قانونية.
- معالجة قضايا المعلنين، وغيرهم، ممن يشترون خدمات وسائل الإعلام.

أشكال مواثيق الأخلاقيات :

مواثيق خاصة بوسائل الاتصال جميعها، وهي الصحافة، والكتب، والسينما، والمسرح، والإذاعة الإلكترونية، والاتصال المستعين بالحاسبات الإلكترونية.

مواثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي (التعليمي، الإعلامي، التسلية، الإعلان المباشر أو الممول).

مواثيق تتناول وسيلة واحدة كالصحافة أو الراديو أو التليفزيون أو الفيلم أو المسرح أو نظم الاتصال الإلكتروني.

مواثيق تتناول جانباً أو أكثر، من جوانب صناعة الاتصال، كأن تغطى، فى الصحافة مثلاً، التحرير (الأخبار والأحداث الجارية..) أو الإعلان، أو التوزيع، أو طرق الترويج.. الخ.

والمواثيق نوعان :

1. مواثيق إجبارية أو إلزامية :

وهي تحمل بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها، من معايير للسلوك المهني، أو ينتهكونها، ويدخل فيها الاحتقار، أو التأنيب العام، أو الوقف المؤقت، عن مزاولة المهنة.

2. مواثيق اختيارية :

اي تقوم على اساس رغبة العاملين فى المهنة تتضمن التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها، اثناء ممارستهم للعمل. وتعد هذه المواثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم .

ويرتبط ما سبق بطريقة وضع الميثاق الأخلاقي أو ميثاق الشرف المهني :

فهناك مواثيق يصوغها العاملون، فى وسائل الاتصال، ومن ثم تسعى لخدمة مصالحهم أكثر من خدمة مصالح الجمهور، هذا من جهة، وهم ملتزمون بتنفيذها، باعتبارها تنظيماً ذاتياً، لهم من جهة أخرى. بينما هناك مواثيق تُفرض على المهنة (من غير العاملين بها) ويكون لها درجات مختلفة من الفاعلية، وفى هذه الحالة تخدم، الجمهور بشكل أو بآخر .

وقد حبذت اللجنة الدولية لدراسة مشكلات الاتصال الاتجاه الاختياري لوضع قواعد السلوك الأخلاقي، وحرية المبادرة من جانب المهنيين أنفسهم، لدعم الجانب الأخلاقي، بوضع قواعد سلوك مهني حقيقي.

تسعى مواثيق الأخلاقيات جميعاً إلى أهداف محددة تتمثل فى :

حماية الجمهور من اي استخدام غير مسؤول للاتصال، أو ضد الأغراض الاجتماعية له، أو استخدامه للدعاية.

حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا، بأي شكل من الأشكال، إلى قوة لا تقدر مسؤولياتها، أو يتعرضوا للإذلال، أو لأي ضغط، ضد ما تمليه عليهم ضمائرهم.

المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة، بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين، وذلك بالتأكيد على حق العاملين، فى وسائل الإعلام، فى الحصول، فى كل وقت، على كل المعلومات (عدا الأمور المتصلة بأمن الدولة دون التوسع فى تفسير ذلك) بما يجعل فى استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة، التي تُحكم بها من جهة، وبحيث يصبح، فى إمكانهم، التعبير عن آرائهم (المؤيدة أو المعارضة)، باستمرار، من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.

وهذه الزوايا الثلاث تشكل، بصفة عامة، فلسفة مواثيق أخلاقيات المهنة، وإن كانت هناك بعض المواثيق تصاغ لتصبح أداة، من أدوات الحكومة، للرقابة على الصحف. ومن بين نماذج مواثيق الأخلاقيات الصحفية، ميثاق أخلاقيات المهنة، فى الهند الذي يتضمن المبادئ التالية:

- احترام المبادئ الإنسانية، والحقوق الاجتماعية، وتقديم التقارير الإخبارية، والتعليقات الحقيقية والواضحة، واجب من واجبات المهنة.
- إلقاء الضوء على نشاط الدولة الهادف للوحدة الوطنية والحماية العسكرية والتقدم الاقتصادي والاجتماعي والدعاية له.
- أن تتجنب الصحافة، نشر تقارير، وتعليقات، قد تخلق توتراً، أو تؤدي إلى الفوضى، أو التمرد، أو العصيان، أو العنف.

- على الصحفيين التأكد من صدق المعلومات، التي ينشرونها، وتجنب نشر المعلومات المشوهة، أو المزيفة، أو غير المؤكدة.
- يُحظر نشر التقارير الإخبارية المثيرة، أو المغرضة.
- احترام أسرار المهنة.
- عدم استغلال المهنة لأهداف غير صحفية، أو لمصلحة شخصية.
- حظر نشر الشائعات، أو الثرثرة، أو الأخبار غير الدقيقة، التي تؤثر على الحياة الخاصة للأفراد.
- أن تتجنب الصحف نشر المواد الصحفية، بما فى ذلك الإعلانات، التي تدعو إلى الرذيلة أو الجريمة، أو النشاط الخارج على القانون.
- الدعوة إلى الديمقراطية والاشتراكية والحضارة.
- تجنب المعالجة المغرضة للموضوعات العامة، أو نشر تفاصيل عن الجماعات، التي تشترك فى الاضطرابات، ما عدا ما يُصرح بنشره.
- حظر نشر المعلومات، أو التعليقات، التي تسيء لسيادة الهند وأمنها، والعلاقات الودية مع الدول الأجنبية.

فى كوريا الجنوبية، تتكون لجنة أخلاقيات الصحافة من 13 عضواً، يمثل الصحفيون سبعة منهم ويمثل غير الصحفيين الستة الباقين، فهناك عضوان يمثلان رؤساء التحرير، وعضوان يمثلان ناشري الصحف، وعضو يمثل ناشري وكالات الأنباء، وعضوان يمثلان المندوبين الصحفيين. وبالنسبة لغير الصحفيين هناك اثنان، من أعضاء الجمعية الوطنية، ومحام، وأستاذ جامعي، واثنان من الشخصيات العامة.

وتختار الاتحادات المهنية الأعضاء السبعة، الذين يمثلون الصحافة، بينما تختار اللجنة نفسها العضوين غير محددي التخصص، ويتولى المحامي رئاسة اللجنة، فى العادة.

ولهذه اللجنة سلطة اتخاذ إجراءات، ضد المؤسسات الصحفية، التي تنتهك أخلاقيات المهنة، بأن تطلب من المنظمات الأم (الاتحادات المهنية) أن تحرم مؤقتاً، أو تطرد، هذه المؤسسات من عضويتها، كما قد تطلب من الصحف، أو الوكالات، أن تتخذ إجراءاً حاسماً ضد أي عضو من هيئة تحريرها ينتهك أخلاقيات المهنة.

وضعت جمعية الصحفيين بكوستاريكا، عام 1973، ميثاقاً لأخلاقيات المهنة. وأشار هذا الميثاق إلى أن الصحفي يعمل لخدمة الحرية، والحقيقة، وعليه مسؤولية فى التعبير، ويكفل الميثاق التمتع بالعلم والثقافة، للجميع، وينص على ضرورة الاحتفاظ بسرية المصادر، كما يقرر حرية الإعلام كحق إنساني أساسي.

وفي مقابل ذلك، كما سبقت الإشارة، هناك عدد من دول العالم، لا يوجد بها مثل هذه المواثيق الأخلاقية، مثل سريلانكا، التي تشكو من عدم وجود ميثاق لأخلاقيات العاملين فى مهنة الصحافة، وغيرهم من العاملين فى وسائل الإعلام الجماهيري، على الرغم من النقد المستمر لبعض الممارسات الصحفية .

وعلى المستوى الدولي، فى الفترة بين عامي 1950، 1952، أعدّت اللجنة الفرعية لحرية الإعلام والصحافة بالأمم المتحدة، "مشروع قواعد دولية للسلوك المهني للعاملين فى الإعلام"، وتضمنت مسودة هذا المشروع ما يلي:

- إن حرية الإعلام والصحافة حق إنساني اساسي، من حقوق الإنسان، ومحك لكل الحريات، التي نص عليها ميثاق الأمم المتحدة، والتي جاءت من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.
- إن صدق التقارير الإخبارية امر مهم.
- يجب على الصحفيين، تجنب السعي وراء مصلحتهم الشخصية، أو تأييد المصالح الخاصة المتعارضة مع المصلحة العامة، مع التأكيد على صدق النية والقصد، فيما يقدم للجمهور.
- أن لا يقبل الصحفيون، ورجال الإعلام، لأنفسهم، أو يكلفوا غيرهم بأعمال لا تتفق، مع أمانة المهنة وكرامتها .
- الحاجة للتصحيح السريع والتلقائي لما يُنشر.
- الاحتفاظ بسرية المصادر.
- يجب على الصحفيين، الذين يريدون الكتابة، والتعقيب على الأحداث، التي تقع في بلاد غير بلادهم، أن يحصلوا على معلومات تتيح لهم الكتابة والتعقيب بإنصاف وصدق.
- وعلى الرغم من كل هذه المحاولات، فإن الكثيرين يرون استحالة وضع قواعد سلوك دولية تلتزم بها كافة الدول، نظراً إلى اختلاف القيم، واختلاف ظروف كل دولة.

الفصل الخامس

الأسس النفسية لدراسة الرأى العام

الأسس النفسية

لدراسة الرأى العام والإعلام

هناك محاور اربعة أساسية تندرج تحتها عدد من الاتجاهات النظرية وذلك على النحو التالى :

المحور الأول :

اتجاهات نظرية وامبريقية تركز على الأبعاد النفسية كمتغيرات سابقة لعملية التعرض لوسائل الإعلام تحدد انماطها وتأثيراتها .

المحور الثانى :

اتجاهات نظرية وامبريقية تركز على العمليات النفسية التى تتوسط عمليتى التعرض (كمتغير مستقل) والتأثير (كتغير تابع) وتتزامن معها .

المحور الثالث :

اتجاهات نظرية وامبريقية تركز على المتغيرات النفسية كمتغيرات تابعة ناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام .

المحور الرابع :

اتجاهات نظرية وامبريقية تركز على البيئة الاتصالية الجديدة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وعلاقتها بالمتغيرات النفسية .

ويمكن تفصيل ذلك على النحو التالى :

المحور الأول : الأبعاد النفسية كمتغيرات سابقة لعملية التعرض للتليفزيون :

1- أولاً : الاتجاهات النظرية :

تقوم هذا الاتجاهات على دراسة الأفراد فى علاقاتهم بوسائل الاعلام لا بوصفهم افراداً سلبيين Passive Audience يتأثرون بما يقدم لهم من مضمون فى وسائل الإعلام ولكن بوصفهم مشاركين إيجابيين فى عملية الاتصال فهؤلاء الأفراد يشعرون بحاجات معينة وتحركهم دوافع مختلفة ويهدفون إلى تحقيق إشباعات معينة ومن ثم فإن هؤلاء الأفراد فى سلوكهم الاتصالى يختارون عن وعى وإدراك الوسائل والمضامين التى تشبع حاجاتهم التفسية .

وتوجد عدة مداخل نظرية تندرج تحت هذا الإطار :

مدخل الاستخدامات والاشباعات :

ويمثل مدخل الاستخدامات تحولاً فى الرؤية فى مجال الدراسات الإعلامية إذ حوّل الانتباه من القائم بالاتصال وأهدافه إلى المستقبل واحتياجاته وبدلاً من البحث عما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور أصبح البحث عما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام ورسائلها .

ويهتم مدخل الاستخدامات والإشباعات بشكل أساسى بكل من عمليات الاختيار Selectivity والإدراك والاستجابة التى يقوم بها الجمهور النشط الذى يستطيع أن يعرض نفسه لوسائل الإعلام وفقاً لدوافعه ولاحتياجاته النفسية والاجتماعية .

ويشير ماكويل (1994) إلى ان هناك احتياجات نفسية واجتماعية تؤثر على طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وعلى معتقداتهم وتوقعاتهم حول النتائج التى من الممكن أن تحققها لهم هذه الوسائل وهذا من شأنه التأثير فى طريقة اختيارهم للوسائل والمضامين بحيث يتم اختيار وانتقاء الأكثر قدرة على إشباع احتياجاتهم النفسية وإلا فإن الجمهور قد ينصرف إلى وسائل أخرى أكثر إشباعاً لهذه الاحتياجات .

بالإضافة إلى هذا يشير بعض الباحثين إلى أنه عندما يصعب تحقيق حاجات الأفراد فى الواقع الفعلى فإن هؤلاء الأفراد يتحولون إلى وسائل الإعلام بهدف تحقيق هذه الحاجات ولو على المستوى الخيالى وفى هذه الحالة تصبح وسائل الإعلام بديلاً للواقع الاجتماعى .

المفاهيم الأساسية للمدخل :

الدوافع

يشير مصطلح الدافعية إلى القوة البيولوجية والنفسية التى تستحث الفرد للقيام بنشاط معين لإشباع رغبة محددة كما أن هذه القوة تستمر فى دفع الفرد وتوجيه سلوكه حتى يُشبع هذه الرغبة وتمثل الدوافع النفسية المحرك الأساسى والأول لكل سلوك يقوم به الإنسان .

وللدوافع ثلاث وظائف رئيسية :

- تحريك وتنشيط السلوك بعد أن يكون فى حالة من الاستقرار أو الاتزان النسبى لإرضاء بعض الحاجات الأساسية .
- توجيه السلوك نحو وجهة معينة دون أخرى .

- المحافظة على استدامة تنشيط السلوك طالما بقى الإنسان مدفوعاً أو طالما بقيت الحاجة قائمة .

الحاجات :

الحاجة هى افتقار أى شىء ما إن وُجد حقق الإشباع والرضا والارتياح للكائن الحى والحاجات توجه السلوك سعياً إلى إشباعها وتتوقف الكثير من الخصائص الشخصية على مدى إشباع تلك الحاجات والتى تنقسم بدورها إلى حاجات بيولوجية ونفسية .

والمبدأ فى الحاجات أن توجد الحاجة أولاً بناء على نقص فى شىء ما مما يؤدى إلى استثارة الواقع مما يشجع على القيام بسلوك يحفزه لإشباع تلك الحاجة وهذا ما يطلق عليه نموذج الحاجة فالدافع فالحافز .

وفى إطار ربط الحاجات بعملية التعرض لوسائل الإعلام فقد خلص الباحثون إلى وجود خمس فئات من الحاجات هى الحاجات المعرفية ، والحاجات العاطفية ، وحاجات التكامل الشخصى ، وحاجات التكامل الاجتماعى وحاجات التخلص من التوتر .

الإشباعات :

الإشباع هو إرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذى يلح على الدافع وبالتالى فإن إشباع الدافع يصاحبه إحساس بالمتعة وإن كان فى نفس الوقت سيؤدى هذا الإشباع إلى زوال الدافع حتى يعود مرة أخرى للإلحاح من جديد .

- وقد قسّم الباحثون الإشباعات التى يمكن للفرد تحقيقها من خلال التعرض لوسائل الإعلام على أربع فئات :

- التحويل Diversion (الهروب من المشاكل الروتينية – الراحة

العاطفية) .

- العلاقات الشخصية Personl Relationships (الاستخدام الاجتماعى للمعلومات فى المحادثات الصحية) .
- تحديد الهوية الشخصية Personal Identity
- مراقبة البيئة Surveillance

نموذج الاستخدامات والتأثيرات :

يعتبر هذا النموذج تطويراً لمدخل الاستخدامات والإشباعات ويقوم النموذج على محاولة الربط بين نظريات التأثير من ناحية وبحوث الاستخدامات والإشباعات من ناحية أخرى ، بحيث يستفيد من مزايا كل منهما ويتجنب فى الوقت ذاته نقاط الضعف فى كل منهما ، فالحاجات والدوافع قد تعتبر متغيرات سابقة فى بعض الحالات وقد تكون متغيرات وسيطة بين عملية التعرض و التأثير وقد تكون متغيرات تابعة فى بعض الحالات وفى هذا النموذج فإن الحاجة هى مجرد عامل واحد ضمن عوامل أخرى تدفع الفرد للتعرض وهناك عوامل أخرى مثل السمات الشخصية والتوقعات .

نظرية القيمة المتوقعة :

تشير هذه النظرية التى صاغها أجزين وفيشباين إلى أن هناك ثلاثة أنواع من التوقعات التى يبنيها الفرد .

- التوقعات الوصفية والتى تأتى كنتاج للملاحظة المباشرة
- التوقعات المعرفية ويتم تشكيلها من مصدر خارجى ومقبول وتربط بين الموضوعات والخصائص والصفات .

- التوقعات الاستنتاجية وهى توقعات حول خصائص أشياء لا يتم ملاحظتها بشكل مباشر .

وتشير هذه النظرية إلى أن كلاً من السلوك والنوايا السلوكية والاتجاهات هى وظائف للتوقع (نتائج مترتبة عليها) ويربط هذه النظرية بمدخل الاستخدامات والإشباعات وجد الباحثون أن اختيار الأفراد لمضمون معين فى وسائل الإعلام أو فى غيرها من الوسائل يكون عادة مبنياً على توقعاتهم وتقييماتهم حول هذا المضمون .

نظريات تباين الحوافز :

يميل أصحاب هذه النظريات إلى تفسير السلوك الاتصالى فى إطار ما يجنيه الفرد أو يخسره فى السلوك وتركز على الخيار العقلى ويرون أن الكل بالنسبة للفرد متساو بطريقة أو بأخرى ولكن الفرد يعمل إلى الحد الأقصى للكسب والحد الأدنى للخسارة .

وتوجد ثلاثة مداخل لهذه النظرية :

الأول : يركز على الخيار العقلى وذلك على فرض أن الفرد يقوم بالسلوك المؤيد بعد حسابات دقيقة .

الثانى : يركز على تلبية الحاجات وذلك على أساس أن الفرد يعمل ويتصرف تلبية لحاجاته ودوافعه .

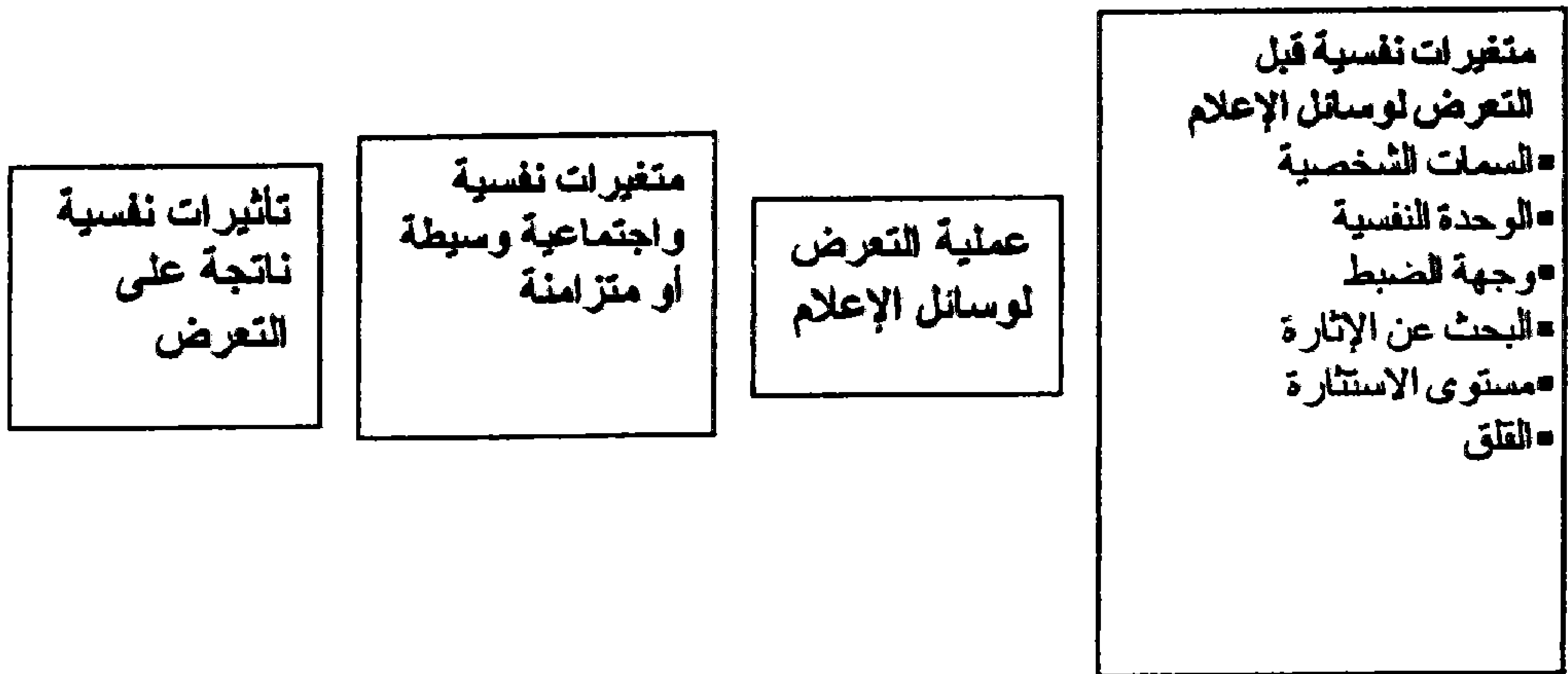
الثالث : يركز على منطق القوة وأن الفرد يستجيب لكل القوى الضاغطة عليه سواء كانت من داخل الفرد أو من البيئة المحيطة به .

وبصفة عامة فإن هذه النظريات ترتبط إلى حد بعيد بالتفضيل بين

مختلف الاستجابات وتربط أسباب السلوك بالوضع الحالى المحيط بالفرد ، وتهتم بالحالة الداخلية أو القوى الداخلية مثل الإدراك والمشاعر السلبية والإيجابية والتوقعات الخاصة ببدائل السلوك وكذلك المخاوف والآمال ولذلك تظهر أهمية الخبرات السابقة فى التأثير على هذه الحالة .

ثانياً : الاتجاهات التجريبية :

يبين الشكل التالى موقع الدراسات الخاصة بالمحور الأول فى التصور الافتراضى لتأثيرات وسائل الإعلام على الرأى العام :



ويمكن عرض أهم الدراسات التى أجريت حول هذا المحور وفق موضوعاتها على النحو التالى :

السمات الشخصية :

ويمكن تعريف السمات الشخصية بأنها الفروق النوعية بين الشخصيات والتى على أساسها تتحدد الاستعدادات الخاصة بكل فرد كى يفكر أو يسلك

سلوكاً ما بطريقة تختلف عن الآخرين ، ويشير الباحثون فى علم النفس إلى وجود خمسة مكونات أساسية للشخصية وهى :

الانسجامية Agreebleness

العصابية Neuroticism

الانفتاحية Openness

الانبساطية Extraversion

الضمير الحى Conscientiousness

وتوجد عدة دراسات تناولت علاقة انماط الشخصية والسمات الشخصية بالتعرض لوسائل الإعلام :

ففى الدراسة التى أجراها جيمس شاناهان وذلك على عينة حجمها 1190 من طلاب المدارس الثانوية فى الولايات المتحدة بهدف اختيار العلاقة بين مستوى التسلطية من ناحية وحجم التعرض للتليفزيون ولنوعيات معينة من المضامين خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى التسلطية لدى الفرد والارتفاع حجم التعرض للتليفزيون وبخاصة لبرامج العنف والمغامرة وأن هذه العلاقة تزداد شدة لدى الأعلى فى المستوى الاقتصادى .

وفى الدراسة التى اجراها ويفر (1991) وجد ان الأفراد العصبيين يفضلون البرامج الإخبارية والبرامج الثقافية ويكونون أكثر حرصاً على جمع المعلومات .

وفى الدراسة التى أجراها فين (1997) والتى استهدفت اختيار العلاقة بين العوامل الخمسة المكوّنة للشخصية والتعرض لوسائل الإعلام وجدت الدراسة

ان كل نمط أو المكوّنة من مكونات الشخصية له اختياراته المختلفة فالانفتاحى اكثر تعرضاً للأفلام والعصابى اكثر تعرضاً للبرامج الخيالية .

الوحدة النفسية :

يشير مصطلح الوحدة النفسية إلى إحساس الفرد بافتقاد التقبل والتواد واحب من جانب الآخرين بحيث يترتب على ذلك حرمان الفرد من أهلية الانخراط فى علاقات مشبعة ومثمرة مع أشخاص وموضوعات الوسط الذى يعيش فيه ويمارس دوره من خلاله .

وقد حاولت عدة دراسات إعلامية قياس العلاقة بين مستوى الشعور بالوحدة النفسية لدى الأفراد وحجم تعرضهم للتليفزيون باعتباره وسيلة تعويضية أو بديلة وإن كانت نتائج هذه الدراسة متضاربة ولا يوجد بينها اتفاق .

ففى دراسة لبيرس وروبين (1990) وجد ان الأشخاص الذين يعانون من عزلة حادة أو شعور حاد بالوحدة النفسية لا يجدون نفعاً فى استخدام وسائل الإعلام لتحقيق التفاعل شبه الاجتماعى وبدلاً من ذلك فهم يُعتبرون مشاهدين سلبيين ويحصلون على إشباعات أقل من وسائل الإعلام مقارنة بالأشخاص الأقل شعوراً بالوحدة .

وفى دراسة لدانيل كانارى وبرين سبتزبرج (1993) حول الشعور بالوحدة والإشباعات المتحققة من وسائل الإعلام وتم تطبيقها على عينة قوامها 194 طالباً وطالبة بالجامعات الأمريكية وجد الباحثان أن الأفراد الذين يعانون بوحدة مزمنة يحققون إشباعات اقل من وسائل الإعلام مقارنة بذوى الإحساس المؤقت بالوحدة أو الذين لا يشعرون بها مطلقاً .

وفى الدراسة التى اجراها هاريس (1999) على عينة حجمها 170 (132 من الإناث و38 من الذكور) تتراوح اعمارهم بين 19- 56 عاماً وتم تطبيق مقياس Boredom Proneness وجد الباحث ان هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الشعور بالوحدة والضيق وحجم التعرض للتليفزيون للقضاء على هذا الشعور .

وجهة الضبط :

ميز الباحثون بين نوعين لوجهة الضبط :

الأول : يعبر عن قدرة الفرد على السيطرة على الأحداث وشعوره بأنه يتحكم فى مصيره ويسمى حالة الضبط الداخلى أو السيادة .

الثانى : يعبر عن عجز الفرد عن السيطرة على الأحداث وإيمانه بالقدرية السلبية وبأن هناك قوى خارجية تتحكم فى حياته وتسمى حالة الضبط الخارجية أو العجز .

وقد أجريت عدة دراسات حول علاقة وجهة الضبط لدى الأفراد بحجم تعرضهم لوسائل الإعلام أو باختيارهم لمضمون معين ، ففى الدراسة التى أجراها لامود وزملاؤه (1995) والتى هدفت إلى اختبار العلاقة بين وجهة الضبط واختيار برامج أو مضمون تليفزيونى معين وذلك على عينة حجمها 150 طالباً جامعياً فى الولايات المتحدة خلصت الدراسة إلى أن :

- الأفراد ذوى وجهة الضبط الخارجى يعتمدون على مشاهداتهم على معيار النتائج المتوقعة من عملية التعرض .
- الأفراد ذوى وجهة الضبط الداخلى يعتمدون على مشاهدتهم على معيار قيمة المضمون أو البرنامج .

وفى الدراسة التى أجراها ريشتر (1996) وذلك على عينة من تلاميذ المدارس الثانوية فى الولايات المتحدة وتم تطبيق مقياس Nowieki – Stricland Locus of Control وذلك الاختبار العلاقة بين وجهة الضبط لدى التلاميذ حجم التعرض للتليفزيون وخلصت الدراسة إلى أن الأفراد ذوى وجهة الضبط الخارجى يتعرضون للتليفزيون بمعدل أكبر من الأفراد ذوى وجهة الضبط الداخلى .

البحث عن الإثارة :

يرتبط هذا المتغير ارتباطاً وثيقاً بحاجة الأفراد للتحفيز Need For Stimulation ويرتبط عادة بارتفاع مستوى الاستثارة الفسيولوجية لهم ، وذهبت كثير من الدراسات إلى أن الأكثر بحثاً عن الإثارة وطلباً لها سوف يلتمسونها ويبحثون عنها من خلال وسائل الإعلام وسوف يزداد حجم تعرضهم لهذه الوسائل ومقدار تذكرهم لما تقدمه من مواد .

ففى دراسة لكونواى وروبين (1991) وجد الباحثان أن هناك علاقة بين مستوى البحث عن الإثارة لدى الأفراد وحجم التعرض للتليفزيون بهدف تمضية الوقت .

وفى دراسة ارنت (1991) خلص الباحث إلى أن الأكثر بحثاً عن الإثارة اكثر تعرضاً للموسيقى الصاخبة عن الأقل بحثاً عن الإثارة كذلك فهم الأكثر تعرضاً لبرامج العنف .

وفى دراسة لبيرس (1996) فرّقت الباحثة بين نوعين من الباحثين عن الإثارة : شديدى البحث عن الإثارة وقليلى البحث عن الإثارة ، وذهبت الدراسة على أنه لا توجد فروق بينهما فى حجم التعرض للتليفزيون وإن كانت الدراسة

قد ذهبت إلى أن شديدى البحث عن الإثارة يفضلون برامج المغامرات بطريقة اكبر من قليلى البحث عن الإثارة .

وفى دراسة لكركمار وجرين (1999) تم إجراؤها على عينة مكونة من 724 طالباً وتم فيها استخدام مقياس التماس الإثارة لزوكرمان ، وجدت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى البحث عن الإثارة لدى الأفراد ومعدل التعرض لنوعيات معينة من البرامج والمضامين مثل برامج الجرائم والعنف والبرامج الرياضية ويقل معدل تعرضهم للبرامج الكوميدية .

مستوى الاستثارة :

فى الدراسة التى أجرتها أنى لانج وآخرون (1995) على عينة قدرها 48 طالباً بإحدى الجامعات الأمريكية خلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين مستوى الاستثارة العاطفية Emotional Arousal لدى الأفراد وحجم التعرض للتليفزيون كما وجدت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى الاستثارة ومستوى تذكر المضمون المقدم .

وفى الدراسة التى أجراها كارتر بروتس وآخرون (1995) واستخدمت التصميم العاملى 2×2 وذلك على عينة حجمها 20 مشاهداً وجدت الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية بين مستوى الاسنثارة لدى الأفراد ودرجة استيعابهم وفهمهم لما يقدم لهم من برامج .

القلق :

يمكن تعريف القلق بأنه استجابة معرفية عاطفية تصحبها استثارة فسيولوجية وتوتر يتعلق باحتمال تعرض الفرد لموقف سلبى وعن علاقة الشعور بالقلق ومعدل التعرض لوسائل الإعلام ذهب الن وهونى كت (1997) فى

دراستهما على عينة حجمها 125 (35٪ ذكور – 65 ٪ إناث – متوسط العمر 20 سنة) إلى ان القلق يدفع الأفراد إلى التعرض لوسائل الإعلام ، فالأكثر قلقاً اكثر تعرضاً لوسائل الإعلام كمحاولة لتخفيف الشعور بالقلق .

المحور الثانى

العمليات النفسية التى تتوسط عمليتى التعرض والتأثير وتتزامن معها

أولاً : الاتجاهات النظرية :

يعتبر هذا المدخل تطويراً للمدخل الكلاسيكى فى دراسة تأثيرات وسائل الإعلام (نموذج المثير – الاستجابة S.R Model) وتقوم الفكرة العامة لهذا المنظور على أن تأثيرات وسائل الإعلام لا تحدث بطريقة مباشرة نتيجة التعرض لوسائل الإعلام ولكن توجد عدة متغيرات وعوامل وسيطة ومتزامنة تتوسط العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة ويتزامن حدوثها معها ، وهذه المتغيرات الوسيطة والمتزامنة تحدد مجال التأثير (معرفى – عاطفى – سلوكى) واتجاهه (سلبى – إيجابى) وشدته (ضعيف – متوسط – قوى) ، كما أن هذا المنظور يحاول – من ناحية أخرى – شرح العمليات والآليات النفسية التى تحدث أثناء التعرض لوسائل الإعلام وتؤدى إلى حدوث التأثيرات المحتملة .

وتوجد عدة مداخل ونظريات ونماذج تندرج تحت هذا المنظور ويمكن تقسيمها بصفة عامة إلى قسمين :

- نماذج نفسية معرفية (نظرية التهيئة المعرفية – نظرية تمثيل المعلومات – نظرية البناء المعرفى – نموذج شابيرو – نموذج شروم واوجين) .
- نماذج نفسية اجتماعية (نموذج هوكينز – نموذج بوتر) .

وفيما يلى عرض لهذه النماذج :

1- النماذج النفسية المعرفية :

يعتبر المنظور النفسي المعرفى هو أحدث المنظورات البحثية فى دراسة تأثيرات وسائل الإعلام وهو لا يبحث فى السلوكيات المترتبة على تعرض الأفراد لوسائل الإعلام كما يفرضها المنظور السلوكى ولكنه يبحث أساساً فى الطريقة التى يستقبل بها الأفراد المعلومات التى يحصلون عليها من وسائل المعلومات وكيفية تخزينها وتشغيلها (تمثيلها) ثم كيفية استدعائها واسترجاعها لمواجهة الاتجاهات المختلفة .

ورغم جدة هذا المنظور المعرفى وحداثته فقد تعددت النماذج والمقاربات والنظريات التى أنتجها الباحثون فى هذا المجال ومنها نظرية التهيئة المعرفية ونظرية تمثيل المعلومات ونظرية البناء المعرفى .

أ. نظرية التهيئة المعرفية :

تستمد نظرية التهيئة المعرفية جذورها من علم النفس المعرفى وتنبثق فكرة النظرية من نموذج الشبكة التجمعية للذاكرة الإنسانية والذى يشير إلى ان اى فكرة أو مفهوم يتم اختزانه فى الذاكرة كعقدة ويرتبط بغيره من الأفكار والمفاهيم من خلال ممرات دلالية .

ويتم تناول نظرية التهيئة المعرفية فى إطار نظرية الاستثارة المنتشرة والتى تشير إلى أن الذاكرة الدلالية تتكون من شبكة من العقد المتصلة فيما بينها حيث تمثل كل عقدة فكرة أو مفهوماً معيناً ، ويتم فهم أى كلمة منخلال استثارة العقدة التى تحمل المفهوم المناظر لمعناها فى الذاكرة الدلالية ويفترض وفقاً لهذه النظرية أن المفاهيم التى لها علاقة ببعضها البعض ترتبط داخل الذاكرة بشبكة دلالية وبالتالى فعندما يتم استثارة مفهوم معين فإن المفاهيم الأخرى المرتبطة بهذا المفهوم يتم استثارتها أيضاً .

ويتطبيق هذه الفكرة على المجال الإعلامى نجد أن الأفراد حينما يشاهدون أو يقرأون أو يسمعون عن حدث معين فى وسائل الإعلام فإن هذا الحدث وهذه الأفكار بدورها يمكن أن تستثير أفكاراً أخرى مرتبطة بها دلالياً كما تثير الدوافع لدى الأفراد للقيام بأفعال معينة .

ولا يقتصر تأثير التقييم الدلالى على مجموعة مختارة من المثيرات التى ترتبط فى الذاكرة بعلاقة ارتباطية قوية بينها وبين الأحكام التقييمية وإنما يمتد هذا التأثير إلى مجموعة كبيرة من المثيرات .

ب. نظرية معالجة المعلومات :

درج علماء النفس منذ بداية القرن العشرين وحتى أوائل الستينيات منه على دراسة الذاكرة البشرية من خلال محاولة تفسير نسيان الارتباطات المتعلقة بين المثيرات والاستجابات حتى جاء التقدم الكبير فى ميدان دراسة الكمبيوتر والطريقة التى يعالج بها برنامج الحاسوب المعلومات فقدلفت الانتباه إلى إمكانية النظر إلى الدماغ البشرى على أنه جهاز لمعالجة المعلومات.

وتشير هذه النظرية إلى أن ما بين المثير والاستجابة تجرى عمليات معالجة عقلية وتتضمن هذه المعالجة ثلاث مراحل فى الترميز Encoding ومرحلة الاحتفاظ والتخزين ومرحلة الاسترجاع حيث تبدأ مرحلة معالجة المعلومات بمثيرات من البيئة الخارجية إلى عقل الفرد ثم تتم عملية تخزين المعلومات أو المثيرات فى المخزون الحسى (هناك مخزون حى لكل حدث من الأحداث) لمدة تقل عن نصف ثانية ، ثم يحدد الانتباه ما يمكن أن يحدث بعد ذلك فالانتباه يؤدى إلى انتقال المثيرات إلى الذاكرة قصيرة المدى والذاكرة العاملة التى ستحافظ على تركيز الانتباه أو تنقل المعلومات إلى الذاكرة

طويلة المدى وفى هذه الحالة هذه المعلومات لن يتم نسيانها أبداً .

وبالنظر إلى هذه النظرية النفسية فى علاقتها بالتليفزيون كوسيلة إعلامية يمكن تحديد بعض الأبعاد وهى كما يلى :

التليفزيون كمثير نفسى TV As Psychological Stimulus :

تتعامل هذه النظرية مع التلفزيون كمثير يؤدى إلى تدفق فى المعلومات السمعية والبصرية والتى تؤثر سواء من خلال ما تحتويه من مضمون أو من خلال الأشكال الفنية التى يعرض بها هذا المضمون (القطع – المزج – الزووم .. الخ) ويتأثر المشاهد بهذا من خلال العمليات التى يتم بمقتضاها معالجة هذه المدخلات والتى تشغل الترميز والتخزين والاسترجاع .

الترميز ورسائل التليفزيون :

وهذه العملية تشرح مسألة إدخال الترسائل التلفزيونية إلى الذاكرة العاملية (الحسية) فالأفراد يختارون بوعى أو بدون وعى المعلومات ويدخلونها إلى الذاكرة قصيرة المدى وفى هذه المرحلة يتم مناقشة الفرد لنفسه حول أى المعلومات سيتم إدخالها إلى هذه المنطقة من الذاكرة وهى ما يتوقف على :

- الأهداف الحالية للفرد واحتياجاته .
- جدة المعلومات، غرابتها ، تشكيلها لتغيرات فى البيئة الخارجية .

التخزين ورسائل التليفزيون :

وهنا يبدأ الفرد فى تحديد كم عدد الرسائل وأى الأجزاء منها سوف يتم تخزينها ويحدد هنا الفروق الفردية ومحدودية النظام البشرى لمعالجة المعلومات

ثم الموقف الذى يتم فيه مشاهدة التليفزيون ويبدو هنا مثلاً أن حافزاً من استثارة المشاعر قد يسبب تخصيصاً تلقائياً لهذا الأمر .

الاسترجاع ورسائل التليفزيون :

وتحتوى هذه العملية على بُعْدين الأول الاسترجاع الآجل لمحتوى الرسالة (الذاكرة) Later Retrieval والاسترجاع المتزامن Concurrent Retrieval مع المعلومات المعروفة مسبقاً أثناء المشاهدة وما سبق شرحه باختصار فى مشاهدة التليفزيون كمزيج من ميكانيزم يحمل التحكم والتلقائية فى ترميز وتخزين واسترجاع المعلومات.

وقد أشارت نتائج عديد من الدراسات الإعلامية فى هذا المجال إلى أن كلاً من تكافؤ المضمون السمعى والبصرى للرسالة الإعلامية التليفزيونية يؤثر إيجابياً على مدى تذكرها إلى جانب المزاج الشخصى والمعارف السابقة تؤثر فى عملية الاستجابات المعرفية .

وترى آنى لانج أن هناك العديد من المجالات البحثية التى تسمح بها فروض تلك النظرية للاختبار مثل :

1. تأثير المضمون والجوانب البنائية المرسالة على التحكم فى ميكانيزم ومعالجة المعلومات لدى الأفراد (حيث إن معظم الدراسات السابقة ركزت على الأشياء قصيرة المدى والذاكرة قصيرة المدى) .

2. تأثير العوامل البيئية وأهداف مستخدمى الرسائل الإعلامية على معالجة المعلومات المتضمنة .

3. قياس التفاعلية بين المضمون والشكل لتحديد أى جانب من جوانب

الرسالة الإعلامية ثم تذكرها .

4. دراسة حالات مثل الترميز المنخفض والتذكر المرتفع (ذاكرة جيدة عن الحدث ضعيفة التفاصيل) وعندما يكون الترميز مرتفعاً والذاكرة منخفضة (مثل حالة الأخبار الإذاعية فالإدراك مرتفع ولكن التذكر ضعيف).

5. افضل الأشكال الفنية التى تساعد على عملية الاختزان فى الذاكرة .

جـ- نظرية البناء المعرفى :

لا يوجد تعريف محدد ومتفق عليه من قبل الباحثين لمفهوم Schema وإنما يوجد وصف لها أو تعريف تقريبى لها وأقرب هذه التوصيفات والتعريفات ما اشار إليه Graber من ان هذا المفهوم يشير إلى بناء معرفى Cognitive Stucture يتكون من معلومات منظمة ومركبة عن كافة المواقف والأحداث التى مر بها الإنسان والتى تم تجريدها من أساسها الأولى وتستخدم هذه الأبنية فى تمثيل (معالجة) المعلومات الجديدة وفى استدعاء المعلومات القديمة المخزنة وتقوم نظرية البناء المعرفى على خصيصتين للسلوك المعرفى للإنسان :

- البخل المعرفى Cognitive Misery
- الاقتصاد المعرفى Cognitive Economy

وفى ضوء هاتين الخاصيتين فإنه عند تعرض الأفراد لأى مثيرات جديدة فإنهم توفيراً للوقت واقتصاداً للجهد يحاولون مطابقة هذه المثيرات بما لديهم من أبنية معرفية وذلك بطرق مختلفة فإذا تمت المطابقة حدث التمثيل لهذه المعلومات وعندما لا تتم عملية المطابقة فإن المعلومات الجديدة لا يتم تمثيلها وبالتالى لا يتم ضمها إلى البناء المعرفى .

وابرز مثال على نظرية البناء المعرفى ما حدث فى قضية مقتل المطربة سوزان تميم من قبل عضو مجلس الشعب والراسمالى هشام طلعت مصطفى وذلك عام 2008 وهى قضية راى عام ، فمع عدم ثقة الشعب المصرى فى الحكومة فإنه بناء على ما عند الأفراد من معلومات سابقة فإن النائب هشام طلعت مصطفى سوف يخرج براءة من تلك القضية وذلك لنفوذه القوى فى الحكومة المصرية ، وهنا يكون الأفراد قد قاموا بتطبيق وتمثيل المعلومات بناء على الأبنية المعرفية السابقة لديهم وذلك قبل أن تصدر المحكمة حكمها النهائى فى القضية .

كذلك فى قضية مقتل هبة ابنة المطربة ليلى عفران ونادين عام 2008 من قِبَل احد الأفراد الفقراء والذى قتلهم بغرض السرقة فقد توقع الأفراد أن هذا الشخص المتهم فى تلك القضية - وهى قضية رأى عام أيضاً - هو كبش فداء لأحد الأشخاص ذوى النفوذ فى الحكومة المصرية وأن هذا المتهم برىء وليس له علاقة بالقضية ، هنا أيضاً قام الأفراد بتطبيق الأبنية المعرفية السابقة لديهم فى تلك القضية .

د- نموذج الوزن - التوازن لشابيرو :

ذهب شابيرو (1991) صاحب هذا النموذج إلى ان هناك ثلاث مكانيزمات يقوم بها الأفراد عند تمثلهم المعلومات المقدمة من خلال التليفزيون :

- استرجاع المعلومات الملائمة للموضوع الجديد من الذاكرة ومطابقتها بالجديدة.
- وزن المعلومات الجديدة فى ضوء الأبنية القديمة – وتقدير أهميتها .
- إدراك مدى اتساق المعلومات الجديدة والقديمة فيما بينها ومدى التوازن بينها .

ويرى شابيرو ان مصدر المعلومة يعتبر محدداً مهماً لقدرة الإنسان على استرجاع المعلومات وتخزينها ، فالمعلومات التى تم الحصول عليها أو استدعاؤها من الذاكرة قد لا ينظر إليها الأفراد (يعطيها وزناً قليلاً) إذا كان مصدر هذه المعلومات لا يعتد به (قليل القيمة) .

وطبقاً لنظرية الذاكرة متعددة الطبقات Multiple Trace-Theory فإن كل حدث يمر بالإنسان وكل معلومة يحصل عليها من أى مصدر يترك اثراً فى الذاكرة حيث تتواجد هذه النسخة بجوار النسخ الأخرى ويتوثق مدى الاستفادة من هذه النسخ بناء على عملية وزن (تقييم) الفرد لها ومدى شعوره بالتوازن بينها .

هـ - نموذج العمليات العقلية لشروم وأوجين :

يهدف هذا النموذج إلى شرح الطريقة التى من خلالها يستخدم الأفراد المعلومات المختلفة التى يحصلون عليها من التليفزيون فى بناء واقعهم الاجتماعى ويشرح النموذج المراحل التى تمر بها هذه العملية .

ويرى صاحبا هذا النموذج أن تأثيرات التليفزيون على الأفراد ناتجة فى الأساس عن استخدام الأفراد لبعض استراتيجيات تمثيل المعلومات وخاصة على الاستراتيجيتين الآتيتين :

1. تمثيل بناء المعلومات بطريقة يمكن الرجوع إليها بسهولة
2. تمثيل المعلومات بطريقة تجعلها متاحة باستمرار .

وأشار الباحثان إلى وجود عدة عوامل متعلقة بالرسالة تؤثر فى هاتين الاستراتيجيتين ومنها الحداثة والتكرار والحيوية والتميز والملاءمة والتشابه مع الأبنية الأخرى .

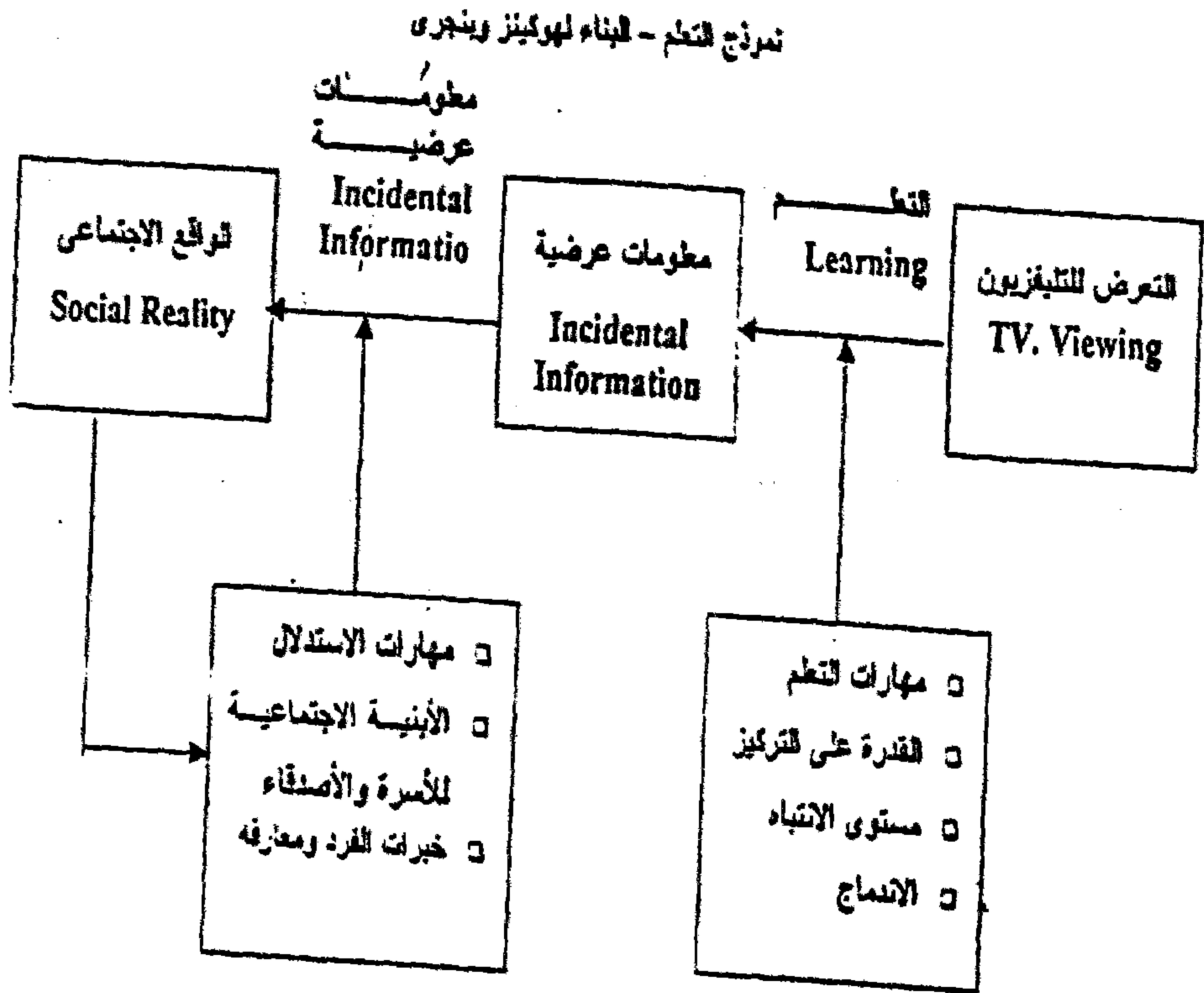
وفى ضوء الخصائص السابقة فإن كثافة تعرض الأفراد للرسائل التلفزيونية تؤدى إلى سهولة استرجاع المعلومات التليفزيونية وإتاحتها وبالتالى استخدام الأفراد لها فى تكوين واقعهم الاجتماعى .

2- النماذج النفسية الاجتماعية :

أ- نموذج التعلم – البناء لهوكينز وينجرى :

يقوم هذا النموذج الذى قدمه هوكينز وبنجرى (1990) على ان عملية تكوين الواقع من خلال التعرض للتليفزيون تتم على مرحلتين :

- التعلم العرضى وتتوقف هذه العملية على مجموعة من المتغيرات منها مهارات المستقبل وقدرته على التركيز ودرجة انتباهه ومدى استغراقه فى المشاهدة وإدماجه فيها .
- البناء وتتأثر هذه المرحلة بمجموعة من متغيرات منها مهارات الاستدلال أو الاستنتاج لدى الفرد والبناء الاجتماعى للأسرة وللأصدقاء وخبرات الفرد ومعارفه . ويوضح الشكل التالى عناصر هذا النموذج .



ب- نموذج العمليات الفرعية لبوتر :

يمثل نموذج بوتر (1991) تطويراً لنموذج التعلم – البناء لهوكينز وبنجرى بعد أن أعاد اختبار أبعاده وقد أضاف بوتر للنموذج السابق عدة إضافات منها :

- تقسيم مفهوم التعلم إلى مستويين :

- المستوى الأول للتعلم ويشير إلى القيام بعمل تقديرات عن عالم التليفزيون .

- المستوى الثانى للتعلم ويشير إلى المعتقدات التى تتكون لدى الفرد عن عالم التليفزيون .

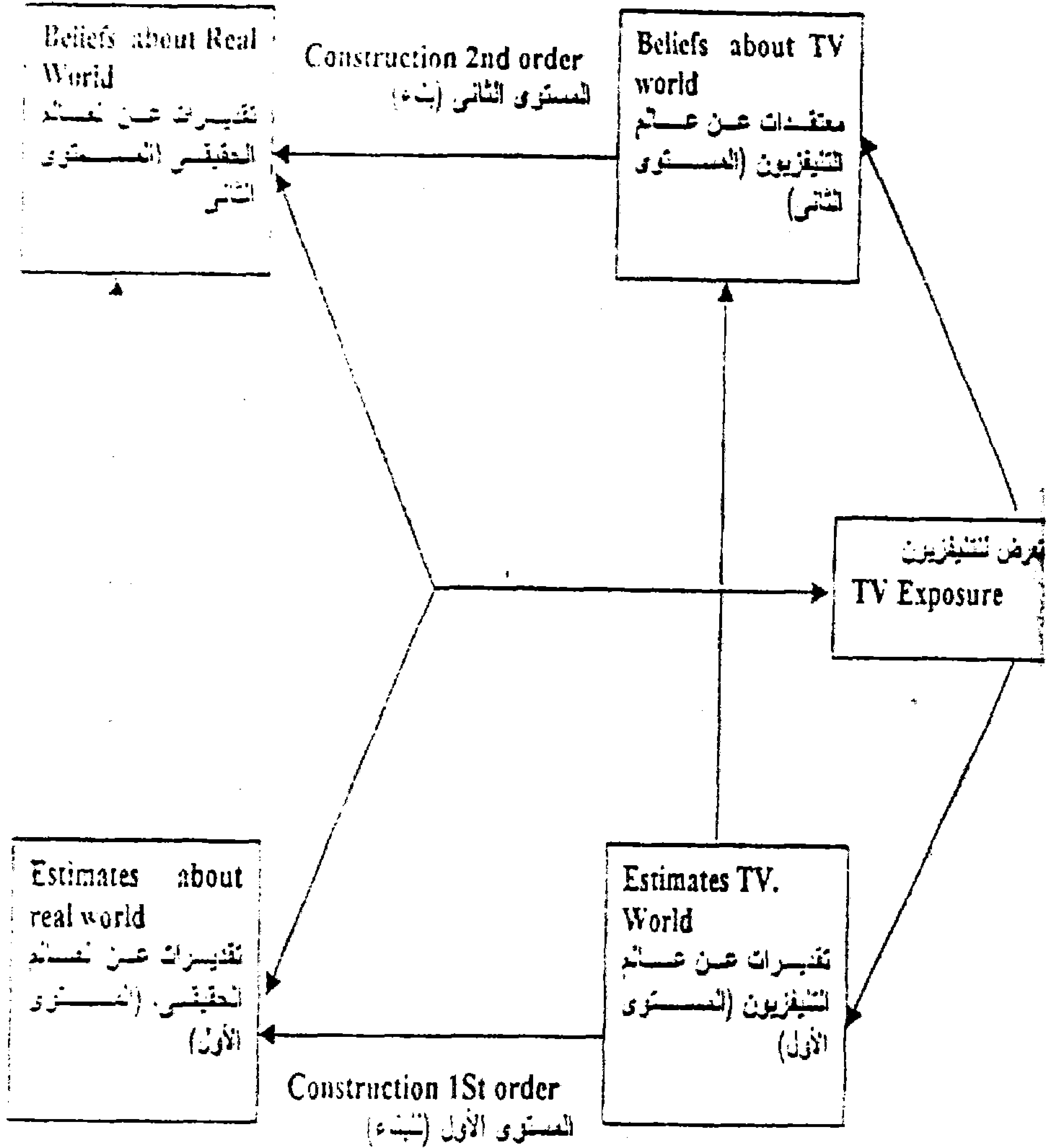
- تقسيم مفهوم التعميم إلى مستويين :

- المستوى الأول للتعميم ويشير إلى العلاقة بين تقديرات عالم التليفزيون وتقديرات الفرد .
- المستوى الثانى للتعميم ويشير إلى العلاقة بين معتقدات عالم التليفزيون ومعتقدات الفرد .

ويوضح الشكل التالى عناصر هذا النموذج

. . .

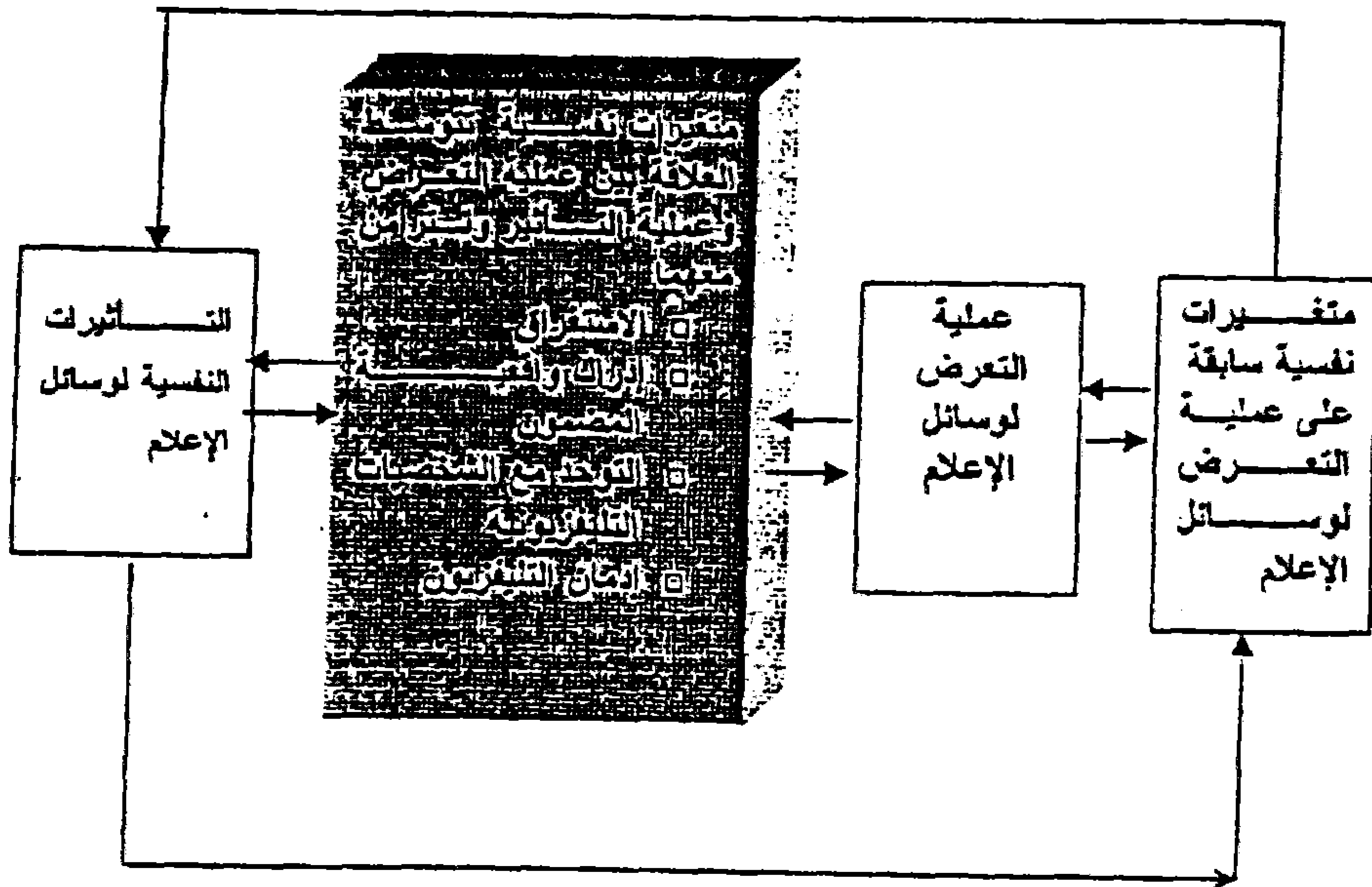
نموذج العمليات الفرعية لبوتر



ثانياً : الاتجاهات الامبريقية :

يبين الشكل التالى موقع الدراسات الخاصة بالمنظور التالى فى التصور الافتراضى لتأثيرات وسائل الإعلام :

الاتجاهات الإمبيريقية فى دراسات المحور الثانى



ويمكن توضيح نماذج بعض الدراسات الامبريقية التى تندرج تحت المحور الثانى على النحو التالى :

1- الاستغراق (الاندماج) فى عملية التعرض :

يمكن تعريف عملية الاستغراق بأنها استجابة تعكس التمثيل الجيد للمعلومات المتضمنة فى الرسائل التليفزيونية وتتضمن هذه العملية بُعْدين رئيسيين هما :

أ- التوجه Orientation والمقصود به اتجاه العمليات المعرفية والعاطفية إذ قد يندمج الأفراد أو يستغرقون – مع جوانب مختلفة من الرسالة التليفزيونية القضية الشخصية والحبكة والموسيقى .

ب- الكثافة Intensity إذ بمجرد ان يصبح الأفراد مستغرقين فى المشاهدة فإنهم يتعاملون مع المعلومات المقدمة بصورة أكثر عمقاً وتكثيفاً وينتقلون من مجرد الانتباه للمعلومة إلى تصنيفها على أنها مألوفة أو غير مألوفة إلى ربطها بالمعرفة السابقة وانتهاء بالاستجابة العاطفية لها ، وتوجد ثلاث مراحل لهذه العملية الأخيرة وهى الانتباه والإدراك والإثبات والتأكد وقد ذهبت بيرس (1990) إلى أن بعض أبعاد هذه العملية قد يتكون لها تأثير على العلاقة بين التعرض للتليفزيون وتأثيرات الغرس .

2- إدراك واقعية المضمون التليفزيونى :

يمكن تعريف هذا المتغير بصفة عامة على أنه مدى اعتقاد المشاهدين فى ان مضمون التليفزيون يعكس الواقع وأنه ليس مضموناً خيالياً بعيداً عن الواقع ولا يمت له بصلة .

وقد تباينت نتائج الدراسات السابقة حول مدى تأثير هذا المتغير على العلاقة بين عملية التعرض وعملية التأثير ، فقد ذهبت بعض الدراسات إلى أن إدراك الواقعية يقلل من تأثيرات التليفزيون وذهبت بعض الدراسات إلى أن الأمر يتوقف على عوامل أخرى كالسن والنوع ومستوى الذكاء والمستوى الاقتصادى والاجتماعى .

وقد خلص بوتر (1986 – 1988 – 1992) من تحليله للدراسات السابقة حول تأثير هذا المتغير إلى عدة نتائج :

- أن المشاهدين الذين يعتقدون فى واقعية المضمون التليفزيونى هم الأكثر تأثراً به عن المعتقدين فى كون هذا المضمون خيالياً أو غير واقعى .

- إن درجة الاعتقاد فى واقعية المضمون التليفزيونى تختلف من مشاهد إلى آخر .

- إن هذا المتغير يجب دراسته على أنه مفهوم متعدد الأبعاد يشمل النظر إلى التليفزيون على أنه نافذة سحرية ، النظر إلى التليفزيون باعتباره وسيلة للمنفعة ، النظر إلى التليفزيون باعتباره مصدراً للتوحد مع الشخصيات .

كما توصلت إيمى دور أن إدراك واقعية المضمون يلعب دوراً وسيطاً بين التعرض للمضمون التليفزيونى وبين الآثار الاجتماعية والنفسية وتزداد حدة هذا التأثير عندما يبدو المضمون واقعياً وليس خيالياً، ففى دراستها التى أجريت على عينة قوامها (460) مفردة من الأطفال والمراهقين اتضح أن نصف العينة وجدوا تشابهاً بين العائلات الأمريكية كما يعرضها التليفزيون والعلاقات فى الواقع الحقيقى ، كما توصلت إلى أن المواد الدرامية تعتبر مصدراً هاماً لتشكيل صورة الواقع .

3- التوحد مع الشخصيات التليفزيونية :

يعتبر التوحد هو البعد الثالث من أبعاد إدراك واقعية التليفزيون وهو يعكس شعور المشاهد بالقرب الشديد من شخصيات التليفزيون ، وقد لا يعنى ذلك الشعور بجاذبية الشخصيات والرغبة فى تقليدها وإنما يعنى إحساس المشاهد بنشاط الشخصية وفاعلياتها وتأثيرها فى حياته الخاصة ، و أحياناً

تصبح الشخصية التليفزيونية ذات أثر كبير على حياة المشاهد ، فقد يشعر الشخص الذى يتوحد مع شخصية تليفزيونية بالقرب والصداقة مع هذه الشخصية ، وبالتالى يفكر فيها ويقلق بشأنها ويتحدث عنها مع الآخرين فى حياته العادية وهذا لا يعنى أن الأفراد الذين يتوحدون بشدة مع شخصيات تليفزيونية غير متوازنين عقلياً أو غير قادرين على إدراك الفرق بين عالم التلفيزيون وعالم الواقع وإنما يتولد لديهم شعور قوى بواقعية تلك الشخصيات وتكون مشاعرهم تجاه تلك الشخصيات مشابهة لمشاعرهم تجاه الأشخاص الحقيقيين .

4- إدمان التليفزيون :

يمكن تعريف مدمنى التليفزيون بأنهم هؤلاء الذين يشاهدون بكثافة وينظرون إلى سلوكهم باعتباره سلوكاً غير تطوعى وإجبارياً وهم يفضلون مشاهدة التليفزيون على أداء كثير من الأعمال الأكثر فائدة ويشعرون أنهم لا يستطيعون التوقف عن مشاهدته ويعتقد كثير من الباحثين أن ظاهرة إدمان التليفزيون هى ظاهرة منتشرة فقد ذهب Mellwraith إلى أن 70٪ من عينة دراسته مدمنو تليفزيون .

وقد وجد كيوبى (1996) خمس خصائص لمدمنى التليفزيون :

إن التليفزيون يستهلك جزءاً كبيراً من وقتهم .

انهم يشاهدون التليفزيون بشكل أكبر وأطول مما كان فى نيتهم قبل المشاهدة .

انهم فشلوا مرات عديدة فى مقاطعة التليفزيون وعدم مشاهدته .

انهم انسحبوا او تركوا انشطة اجتماعية اكثر اهمية من أجل مشاهدة التليفزيون .

انهم قد ينسحبون من الأنشطة الأخرى إذا حرموا من المشاهدة .

وتوجد دراسات عديدة قد اختبرت تأثير إدمان التليفزيون على العلاقة الأصلية بين حجم التعرض والتأثيرات ، فقد اتضح من دراسة كل من Kubey & Csikszentmihalyi ان المبحوثين قد سجلوا عن انفسهم اعلى معدلات للاسترخاء اثناء المشاهدة واقل قدر من الجهد مقارنة بالأنشطة اليومية الأخرى .

وفى دراسة أخرى اتضح أن المشاهدة الكثيفة للتليفزيون قد ارتبطت بالعديد من المشكلات النفسية فقد وجد أن المبحوثين من الطلاب والذين قد اعلنوا عن انفسهم كمدمنين للتليفزيون هم الأكثر شعوراً بالتعاسة والقلق والخوف والملل .

وقد ارتبطت عملية إدمان التليفزيون بالهروب والتحايل على مشاكل وضغوط الحياة .

وأشارت مثل هذه النتائج السابقة إلى دراسة Mellwraith الذى وجد ان مدمنى التليفزيون اوضحوا أن استخدامهم له يؤثر على تغيير الحالة المزاجية لهم إلى الأفضل كما انه يخرجهم من التفكير فى الأخبار غير السارة ويملأ وقت الفراغ لديهم كما أن هؤلاء المدمنين لديهم استعداد للشعور بالميل أكثر من الآخرين وللإنكسار والسلبية كما يبدو منهم الأكثر قلقاً والأكثر رغبة فى الإنسحاب من الحياة .

وفـى نتـائج مـشابهة توصـل Sanchez & Prros إلى ان إدمـان التليفزيون هو عَرَض مـن الأعـراض وأسلوب مـن أسـاليب التغلب علـى الاكتئـاب والقلق اكثر من كونه مشكلة فى حد ذاته .

أما عن علاقة إدمان التليفزيون بالنوع فقد وُجِد ان الأكثر إدماناً له هم مـن النساء حيث إنهـن الأكثر معاناة مـن حـالات التوتر العالية وبالتـالى يلجأن إلى التليفزيون للتقليل من حدة التوتر لديهن .

المحور الثالث

المتغيرات والأبعاد النفسية الناتجة عن عملية التعرض للتليفزيون

أولاً : الاتجاهات النظرية :

يقوم الإطار الفكرى على فروض النظرية السلوكية التقليدية فى علم النفس خاصة فيما يتعلق بنموذج المثير – الاستجابة مع محاولة تطويرها وجعلها أكثر اتساقاً مع نتائج الدراسات السابقة فى هذا المجال وأكثر تواؤماً مع المعطيات البحثية الحالية .

وتوجد عدة نظريات ومداخل يمكن الإشارة إليها على النحو التالى :

1- نظرية تأثيرات الشخص الثالث :

تعتبر نظرية تأثيرات الشخص الثالث التى صاغ فروضها الأساسية فيليبيس ديفيسون من أحداث النظريات التأثيرية التى يحاول الباحثون اختبار فروضها وتطوير أسسها واستخدامها فى فهم تأثيرات وسائل الإعلام وتقوم هذه النظرية على فرضين أساسيين :

الفرض الأول الفرض الإدراكى :

وتوجد تسميات متعددة لهذا الفرض منها : فرضية التحيز الإدراكى وفرضية التمييز بين الذات والآخرين وفرضية إدراك الشخص الثالث ، وينص هذا الفرض على أن الأفراد الذين يتعرضون لرسائل إقناعية من خلال وسائل الإعلام يدركون ان هذه الرسائل سوف يكون لها تأثير أكبر على الآخرين مقارنة بتأثيرها عليهم .

اى أن وسائل الإعلام – من وجهة نظر المبحوثين – لن يكون لها تأثير على المبحوث ولا على الباحث ولكن على الآخرين ، فالأفراد يتوقعون أن يكون الآخرون أكثر عرضة واحتمالية للتأثر بوسائل الإعلام بينما يرون انفسهم فى مأمن من هذا التأثير .

ويستمد الفرض الأول أصوله من علم النفس الاجتماعى خاصة ما يتعلق بتكوين المدركات المتحيزة حيث تشير الدراسات النفسية إلى أن الأفراد يميلون إلى إدراك ما يتعلق بهم وما يتعلق بالآخرين بطريقتين مختلفتين : الأولى تميل إلى إعلاء الذات والثانية تميل إلى التقليل من شأن الآخرين وإجمالاً فإن الأفراد يميلون إلى إدراك ما يتعلق بهم وما يتعلق بالآخرين بطرق تجعلهم يُظهرون انفسهم بطريقة افضل .

الفرض الثانى الفرض السلوكى :

وينص على أن الأفراد الذين يظهرون مدركات الشخص الثالث أكثر احتمالاً لدعم وتأييد فكرة فرض رقابة ووضع قيود على الرسائل الإقناعية مصدر التأثير المحتمل ولهذا الفرض صياغة أخرى وهى الأكثر إدراكاً لتأثيرات الشخص الثالث الأكثر تأييداً لفكرة فرض الرقابة .

ويعتبر هذا الفرض من الناحية النظرية مترتباً على إثبات الفرض الأول فالذين يرون أن تأثيرات وسائل الإعلام سوف تكون قوية على الآخرين قد يؤيدون من منطلق أخلاقى فكرة فرض رقابة على هذه المضامين التى من الممكن أن يكون لها تأثيرات ضارة وسلبية عليهم .

وبالنسبة لنتائج الدراسات التجريبية يمكن القول أن الفرض الأول قد وجد تأييداً تجريبياً ملحوظاً فعلى سبيل المثال ذهب بيرلوف (1996) إلى ان

نتائج 15 دراسة (من 16 دراسة تمت مقارنة نتائجها) قد اثبتت هذا الفرض وأيدته ، أما الفرض الثانى فقد كان اقل حظاً من التأييد التجريبى (الامبريقى) إذ تراوحت نتائج الدراسات السابقة فيه بين الإثبات والنفى .

الاتجاهات العامة لدراسة تأثيرات الشخص الثالث :

توجد عدة اتجاهات بحثية دارت حولها دراسات هذه النظرية :

أ- دراسات اختبرت نوع المضمون وعلاقته بتأثيرات الشخص الثالث ، ومن هذه المضامين التى ركزت عليها هذه الدراسات :

- أفلام الجنس
- مشاهد العنف التليفزيونى
- الإعلانات ذات المضمون السلبى

ب- دراسات اختبرت الجوانب المنهجية فى قياس تأثيرات الشخص الثالث ومن هذه الجوانب المنهجية :

- ترتيب الأسئلة فى الاستمارة
- مشكلات التطبيق .

ج- دراسات اختبرت علاقة النظرية ببعض الأبعاد النفسية :

ومن هذه الأبعاد النفسية تقدير الذات والتحكم فى الذات (ضبط النفس) والمسافة النفسية وغيرها .

2- نظريات العنف :

توجد عدة نظريات حاول الباحثون من خلالها شرح وتفسير العلاقة بين التعرُض للمضامين التى تحتوى على عنف (العنف التليفزيونى T.V

Violence) واكتساب الميول العدوانية لدى المتلقين لاسيما الأطفال ومن هذه النظريات :

أ- نظرية التنفيس والتطهير :

تشير هذه النظرية إلى أن مشاهدة العنف التليفزيونى يمد المشاهدين بالخبرات العدوانية المختلفة وهذا يمكن اعتباره وسيلة مفيدة للتخفيف من حدة المشاعر العدوانية الأصيلة لدى الفرد ومن شعوره بالإحباط فمشاهدة العنف التليفزيونى تفرغ الشحنات العدوانية لدى المشاهدين وتطهرهم منها .

ب- نظرية التحفيز :

وهى على عكس نظرية التطهير حيث تشير هذه النظرية إلى أن مشاهدة العنف قد يحفز المشاهد على القيام بأعمال عدوانية ويستثير لديه هذه الميول وتصبح المشاهدة بمثابة الحافظ أو المثير أو الباعث على القيام بأعمال العنف وتستمد هذه النظرية فرضها من النموذج التقليدى المثير – الاستجابة .

ج- نظرية التدعيم :

يتمثل الافتراض الرئيسى لهذه النظرية فى أن التصوير التليفزيونى للعنف يدعم ويرسخ نماذج السلوك العنيف التى تلقاها المشاهدون من المواقف التليفزيونية ، ووفق النظرية فإن التعرض للتليفزيون لا يكسب كل الأفراد للسلوكيات العدوانية والعنف ولكنه يدعم ويرسخ هذه السلوكيات لدى الأفراد الأكثر استعداداً لها والذين لديهم هذه الميول بالفعل .

د- نظرية التقليد :

وتقوم هذه النظرية على أن التليفزيون يقدم رسائل عنيفة يمكن للأطفال أن يقلدوها فى حياتهم الخاصة وتصبح هذه السلوكيات التليفزيونية مصدراً للتعلم وللنمذجة .

هـ- النموذج التطورى للتأثيرات المتبادلة :

وفقاً لهويسمان الذى صاغ هذا النموذج فإن الجرعة المكثفة من العنف التليفزيونى لا تؤدى فقط إلى زيادة العدوانية وإنما تسهم أيضاً فى زيادة الاهتمام برؤية الرسائل التليفزيونية العنيفة .

ووفق هذا النموذج فإن هناك علاقة تبادلية بين العديد من المتغيرات يقوم فيها كل من مشاهدة العنف والسلوك العدوانى بتفعيل دور بعضها البعض ، فالأطفال الذين يشاهدون العنف بكثرة سيلاحظون الطرق العدوانية التى تحل بها الشخصيات التليفزيونية مشاكلها ، وعندما يتوحد الأطفال مع هذه الشخصيات العدوانية سيتخيلون ويخزنون فى الذاكرة التصرفات العدوانية ويتم استخراج السلوكيات العدوانية المخزنة فى المناسبات التى تتطلبها ، وإذا تحولت هذه السلوكيات إلى عادة متكررة فسيؤثر ذلك بالسلب على النجاح الاجتماعى والدراسى فكلما زادت درجة عدوان الطفل انخفضت شعبيته عند زملائه وهذا بدوره يؤدى إلى زيادة الميول العدوانية لدى الطفل ويؤدى أيضاً إلى مشاهدة أكثر انتظاماً للتليفزيون ولذا فإن سلسلة العدوان و الفشل الدراسى والاجتماعى والتعرض لبرامج العنف هى سلسلة من الحلقات تقود كل منهما إلى الآخر.

3- نظرية التعلم الاجتماعى :

تعد نظرية التعلم الاجتماعى من أهم النظريات فى مجال تأثيرات وسائل الإعلام وقد جاءت هذه النظرية كرد فعل على النظرية السلوكية التى تقوم على التبسيط الشديد للسلوك (المنبه – الاستجابة) والتى تجاهلت أهمية الوعى والعمليات الأخرى التى تتداخل فى هذا الإطار وتكتسب هذه النظرية اهميتها فى مجال الدراسات الإعلامية انطلاقاً من اهتمامها بالمتلقى ودوره النشط فى اكتساب المعانى وتأثير هذا فى ردود الأفعال السلوكية أى أن هذه النظرية تركز على النشاطات المعرفية لدى المشاهدين عند تعرضهم للرسائل الإعلامية والعمليات التقيمية والتفسيرية وتأثيراتها على نتائج المشاهدة .

وتشير هذه النظرية إلى التفاعل بين الرسالة الإعلامية .. الإدراك .. الأهداف والخطط المستقبلية وهو ما يشير إليه منظرو هذه النظرية على أنه " النموذج السببى ذو التأثيرات الثلاثية المتبادلة ووفقاً لهذه النظرية فإن عوامل السلوك والإدراك والعوامل الشخصية الأخرى ، بالإضافة على الأحداث البيئية تمثل فى مجموعها المحددات المتفاعلة والتى تؤثر إحداهما فى الأخرى بطريقة ثنائية الاتجاه" .

ومن المحددات التى تشير إليها هذه النظرية :

- الأفراد لديهم القدرة على تحويل خبراتهم إلى نماذج إدراكية مجردة توجه سلوكهم فيما بعد .
- المقاييس الذاتية تضع الأهداف والأفراد يسعون إلى تحقيقها .
- يتضمن النشاط الإدراكى إجراء المقارنات بين أفكار الأفراد والمعايير الاجتماعية .

- تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيسياً فى العمليات الإدراكية .

ويشير منظرو هذه النظرية إلى أن هناك عاملين رئيسيين يحددان للفرد مدى قدرته (قابليته) للقيام بسلوك معين :

الأول : معتقدات الفرد حول نتائج هذا السلوك (إيجاباً أو سلباً)

الثانى : تصورات الفرد حول قدراته الذاتية Effycacy ومهاراته الضرورية للتحول إلى هذا السلوك فى إطار الظروف المحيطة .

4- نظرية الغرس :

تعتبر نظرية الغرس محاولة ذات أبعاد نظرية وعملية (إمبريقية) لفهم النتائج المترتبة على الحياة فى عالم الرموز والبيئة الثقافية التى يقدمها التليفزيون حيث تعمل النظرية على تحديد المدى الذى يصل إليه أولئك الذين يشاهدون التليفزيون بصورة مكثفة فى تكوين مفاهيم عن الواقع الاجتماعى فمداومة التعرض للتليفزيون تجعل من كثيفى المشاهدة أكثر قابلية لإدراك العالم الحقيقى بطرق مشابهة لما تعكسه معظم الأنماط الثابتة والمستقرة فى عالم التليفزيون وتقوم نظرية الغرس على ستة مبادئ نظرية هى :

1. التليفزيون وسيلة فريدة تحتاج إلى مدخل خاص لدراستها .
2. رسائل التليفزيون تشكل نظاماً متجانساً هو التيار السائد فى ثقافتنا .
3. مضمون رسائل التليفزيون يقدم مفاتيح أو علامات للغرس .
4. تحليل الغرس يركز على مدى إسهام التليفزيون فى تحقيق الانسجام بين أفراد المجتمع ككل .

5. تزيد المستحدثات التكنولوجية من تأثيرات الغرس .

6. تحليل الغرس يركز على النتائج الخاصة بشيوع الاستقرار والانسجام فى العالم التليفزيونى .

ويعتبر " السلوك العدوانى " والاعتقاد فى وضاعة الحياة وخطورتها والخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف وعدم الثقة فى الناس والشعور باليأس والاعتقاد فى عدم وجود معايير تحكم سلوك الناس " الأنوميا " و " الاغتراب " من أهم الموضوعات البحثية فى نظرية الغرس . .

وللنظرية تطبيقات متعددة خارج الولايات المتحدة الأمريكية فقد تم اختيار فروضها فى انجلترا والسويد وهولندا وكوريا وهونج كونج والأرجنتين وإسرائيل . كما تم اختبار فروضها فى مصر والسعودية وسوريا ولبنان .

5- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

ينسب هذا النموذج إلى ملفين ديفيلير وساندرا بول روكيتش اللذين اشارا إلى أنه كلما ازداد الأفراد على وسائل الإعلام لاستيفاء معلوماتهم وإن كان الأفراد يختلفون من وجهة نظر الباحثين فى معدل الاعتماد على وسائل الإعلام بوجه عام وعلى كل وسيلة من هذه الوسائل على حدة .

ويرى الباحثان ضرورة التفرقة بين مفهومين أساسيين فى دراسة تأثيرات وسائل الإعلام على الإطار المعرفى للجمهور :

الأول : استخدامات الوسيلة أو التعرض لها ويعنى الزمن أو الوقت الذى يُخضعه الفرد للوسيلة .

الثانى : الاعتماد على الوسيلة وتعنى الاعتماد على الوسيلة لاستقاء المعلومات أى درجة أهمية الوسيلة للفرد كمصدر للمعلومات .

وتتعدد التأثيرات الإدراكية والعاطفية التى يطرحها مدخل الاعتماد كأساس للتأثير على الأفراد المعتمدين على معلومات وسائل الإعلام فى المجتمع ويمكن تحديدها كما يلى :

- تأثيرات معرفية إدراكية : حيث تمدنا وسائل الإعلام بتدفق لا نهائى عن الأحداث والموضوعات والأشخاص مما يساعد الجماهير على تكوين اتجاهات نحو تلك الأشياء من خلال العمليات الانتقائية التى يقوم بها الفرد .
- تأثيرات عاطفية ووجدانية : حيث تؤثر وسائل الإعلام على مشاعر الناس واستجاباتهم العاطفية .
- تأثيرات سلوكية : حيث يؤثر التغير فى الاتجاهات والاعتقادات على السلوك العلنى (الظاهر) باعتبار السلوك أو النشاط هو المنتج النهائى للإدراك والتأثيرات العاطفية .

ثانياً : الاتجاهات التجريبية الدراسات المحور الثالث :

1- التعرض للتليفزيون والميول العدوانية والعنف :

على الرغم من كثرة الدراسات التى تناولت العلاقة بين التعرض للتليفزيون (وما يعرضه من مواد عنيفة) والميول العدوانية ومستوى العنف لدى الجمهور (لاسيما الأطفال) وعلى الرغم من تعدد النظريات والمقاربات والنماذج المفسرة لهذه العلاقة والمحددة لاتجاهها وعلى الرغم أيضاً من تنوع المناهج

والأساليب والأدوات التى استخدمها الباحثون فى الدراسة لهذه العلاقة فإن نتائج هذه الدراسات على كثرتها وتعدد مداخلها وتنوع مناهجها لم تقدم إجابة قاطعة ومحددة لهذا الموضوع .

ويمكن بصفة عامة تقسيم هذه الدراسات وفق نتائجها إلى ثلاثة أقسام :

- دراسات تشير نتائجها إلى أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين حجم التعرض للتليفزيون والميول العدوانية لدى الأطفال والمراهقين .
- دراسات تشير نتائجها إلى أن هناك علاقة ارتباطية ضعيفة بين حجم التعرض للتليفزيون والميول العدوانية لدى الأطفال والمراهقين .
- دراسات تشير نتائجها إلى عدم وجود علاقة بين المتغيرين .

وقد أجريت العديد من الدراسات الشارحة (التحليلية على المستوى الثانى Meta Analysis) التى تحلل نتائج الدراسات الخاصة بالعنف فى فترات زمنية متباينة ويمكن الرجوع إلى هذه الدراسات للتعرف على أهم نتائج الدراسات فى هذا المجال الحيوى ومن هذه الدراسات :

- دراسة انديسون (1977) والتى حلل فيها نتائج دراسات العنف فى الفترة من 1956 – 1976 .
- دراسة هيرولد (1986) والتى حلل فيها نتائج 168 دراسة أجريت فى مجال العنف .
- دراسة وود وآخرين (1991) والتى حلل فيها نتائج 23 دراسة استخدمت المنهج التجريبى فى مجال العنف .

- دراسة بيك وكومستوك (1994) والتى حلل فيها نتائج 217 دراسة أجريت فى مجال العنف .
- دراسة هوجين (1998) والتى حلل فيها نتائج 30 دراسة حديثة أجريت فى مجال العنف .

وتشير نتائج الدراسات السابقة (قديمها وحديثها) إلى ان الاتجاهات الثلاثة للدراسات فى مجال العنف لم تتغير وانه لا توجد إجابة قاطعة حتى الآن للسؤال الذى واجه الباحثين منذ ظهور التليفزيون وهو : هل يثبت العنف المقدم فى التليفزيون فى زيادة الميول العدوانية والعنف لدى المستقبلين لا سيما الأطفال والمراهقين ؟

2- الشعور بالخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف :

فى دراسة اجراها سباركز واوجلز (1990) استهدفت إقامة الدليل الامبريقى على وجود اختلاف بين الخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف واحتمال أن يقع الإنسان ضحية بالفعل وعلاقة ذلك بحجم التعرض للتليفزيون والخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف .

وفى دراسة أجرتها سارة استكهولز (1998) التى حللت فيها انماط العنف فى البرامج التليفزيونية الأمريكية ثم أعقبت ذلك بإجراء استبيان مع عينة حجمها 1490 مراهقاً وذلك لقياس العلاقة بين حجم التعرض لبرامج العنف فى التليفزيون والشعور بالخوف من الوقوع ضحية لأعمال العنف والجرائم ، وجدت الباحثة أن هناك علاقة ارتباطية قوية بين حجم التعرض ومستوى الشعور بالخوف وأن هذه العلاقة تزداد شدتها لدى الأفراد الذين يشاهدون المضامين الخيالية .

وفـى دراسـة اجراهـا نيوهـاجين New Hagen (1998) علـى عينـة حجمها 42 فـرداً استخدام التصميم العـاملى 4×4×4 وذلـك لدراسـة العوامـل المـؤثرة علـى تـذكر المـراهقين لمـضامين النـشرات الإخباريـة وجـد البـاحـث أن المضامين الإخباريـة الأكثـر تـذكراً مـن قبـل عينـة الدراسـة هـى تلـك المضامين التى تحتوى على مشاهد معينة وهى :

- المشاهد التى تثير الغضب .
- المشاهد التى تسبب الشعور بالخوف .
- المشاهد التى تسبب الشعور بالاشمئزاز

وفـى دراسة أجراها جوزلين ودى جيوز (2000) وجد الباحثان أن هنـاك علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للتليفزيـون فـى كنـدا ومـستوى الخـوف مـن الوقـوع ضـحية لأعمـال العنـف وإن كانـت شـدة العلاقـة وفـق مـا يـشير الباحثـان أضعف من مثيلتها فى الولايات المتحدة .

وعلى العكس من النتائج السابقة التى تشير إلى أن التعرض للتليفزيـون هو المتغير المستقل فقد ذهب مينبو (2000) فى دراسته التى اجراها على 328 طالباً جامعياً إلى أن الأكثـر شعوراً بـالخوف هـم الأكثـر تعرضـاً للتليفزيـون أى أن الشعور بالخوف هو دافع للتعرض وسابق عليه (متغير مستقل) وليس نتيجة له أو مترتباً عليه (متغير تابع).

3- تقدير الذات :

فـى دراسـة أجراهـا رينيـه سيتل Renee Settle (1995) علـى عينـة حجمها 51 مـن الأمـريكيين من أصل افريقى وذلـك لاختبـار العلاقـة بـين حجـم التعـرض للـدراما الأمريكيـة ومـستوى تقـدير الـذات لـدى هـؤلاء المبحـوثين وجـد

الباحث أن هناك علاقة ارتباطية عكسية فالأكثر مشاهدة للتليفزيون أقل تقييماً لذاته وتقديراً لها .

وفى دراسة اجراها متشل سبومر (1995) على عينة حجمها 220 مراهقاً من القوقازيين (112 ذكراً – 108 انثى) وجدت الدراسة ان الأكثر تعرضاً للتليفزيون اقل تقييماً لأنفسهم باعتبارهم اقلية عرقية فى الولايات المتحدة .

وفى دراسة اجرتها متشل دى مونتجينى (1995)على عينة حجمها 542 من المراهقين فى ولاية فلادلفيا الأمريكية وجدت الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين حجم التعرض ومستوى تقدير الذات وإن هذه العلاقة تزداد شدتها لدى الإناث مقارنة بين المتغيرين : حجم التعرض ومستوى تقدير الذات .

4- الاعتقاد فى وضاعة العالم وخطورته :

فى الدراسة التى أجرتها نانسى سنيوريللى (1990) فى إطار نظرية الغرس واستهدفت اختبار العلاقة بين حجم التعرض لبرامج التليفزيون الأمريكى ومستوى اعتقاد المشاهدين وشعورهم بأن العالم الذي يعيشون فيه هو عالم وضيع وخطر ذهبت الباحثة إلى وجود علاقة ارتباطية متوسطة القوة بين حجم التعرض والشعور بالوضاعة للعالم وخطورته .

5- المعتقدات غير السوية :

ويقصد بالمعتقدات غير السوية الإيمان بوجود بعض الظواهر الخارقة Parnormal Phenomena والتى تضم اشياء مثل الإدراك الخارق والاعتقاد فى وجود البيوت المسكونة بالأشباح والشياطين ووجود بعض الأشياء التى تظهر وفكرة الإحلال وتناسخ الأرواح وغيرها من المعتقدات غير السوية .

وفى الدراسة التى أجراها سباركس ونيلسون وكامبل (1997) على عينة حجمها 120 (46 ذكراً – 74 انثى) افترض الباحثون :

- أن هناك علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للتليفزيون (وبخاصة المضامين الخيالية) والاعتقاد فى وجود ظواهر خارقة .
- إن شدة العلاقة بين المتغيرين السابقين تشتد لدى الأفراد الذين لديهم خبرة سابقة أو مروا بتجربة مماثلة .

وقد جاءت نتائج الدراسة مثبتة للفرض الأول ونافية للفرض الثانى.

6- المرض العقلى :

فى الدراسة التى أجراها جزيج فيلو Philo (1999) على عينة حجمها 70 فرداً تم تقسيمها إلى أربع مجموعات نقاش مركزة وقام الباحث قبلها بتحليل مضمون عينة من الأعمال الدرامية الأمريكية للوقوف على اهم السمات العقلية والنفسية لأبطالها ، وجد الباحث أن 20 ٪ من عينة الدراسة ليس لهم خبرة مسبقة عن العنف إلا من خلال الدراما ويعتقد 40 ٪ من العينة أن هناك علاقة بين حجم التعرض للدراما والإصابة ببعض الأمراض العقلية والنفسية مثل انقسام الشخصية والميول العدوانية والشيزوفرانيا وأشار أفراد العينة إلى أن معظم معلوماتهم عن هذه الأمراض تم استقاؤها من خلال وسائل الإعلام .

7- احلام اليقظة :

فى الدراسة التى أجراها فالكنبرج ودير فورت على عينة حجمها 744 من الأطفال الهولنديين وذلك لقياس العلاقة بين حجم التعرض لبرامج العنف

فى التليفزيون الهولندى ونوعية أحلام اليقظة التى يحلم بها أولئك الأطفال واستخدم الباحثان المنهج التتبعى الطولى وذلك لمدة ثلاث سنوات خلص الباحثان إلى أن الأكثر تعرضاً للتليفزيون يغلب على احلام اليقظة عندهم الطابع العدوانى البطولى وقد ذهب الباحثان أيضاً إلى أن هناك علاقة ارتباطية بين نوعية المضمون المشاهد ونوعية احلام اليقظة (سلبية – إيجابية) لدى عينة الدراسة .

8- الصورة السلبية عن الشكل والقوام :

يعرض التليفزيون فى برامجه ومضامينه الدرامية صورة لجسم الإنسان المثالى والذى يتصف عادة بالرشاقة والنحافة ، وهذا الشكل غير الواقعى قد يسبب سخطاً لدى الكثير من المشاهدين لا سيما المشاهدات اللاتى يقارن أجسامهن تلك التى تعرض فى التليفزيون وتكون النتيجة دائماً فى صالح الأجسام التليفزيونية مما يسبب لديهن الشعور بالغضب والسخط.

ففى الدراسة التى أجراها مايز وبيوكا (1992) على عينة حجمها 76 طالبة جامعية وذلك لاختبار العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون ومدركاتهم عن مقاييس الجسم الصحيحة وعن صورتهن لجسمهن وجدت الدراسة أن الأكثر عرضة من هؤلاء الطالبات للبرامج المهتمة بالموضة والإعلانات قد بالغنَ فى تقدير مقاييس أجسامهن وقد كوَّنَّ صورة سلبية عن قوامهن .

وفى الدراسة التى أجراها ستيس وشاو (1994) وذلك على عينة حجمها 157 طالبة جامعية تم تعريض بعضهن لمجموعة صور فوتوغرافية لعارضات أزياء متوسطات الجمال ولم يتم تعريض المجموعة الثالثة لأى صور وقد وجدت الدراسة أن المجموعة التى تعرضت لصور العارضات الجميلات كن

اكثر ضيقاً وعدم رضا واكتئاب وذلك مقارنة بالمجموعة التى لم يتم تعرض اعضائهن لأى صور .

وفى الدراسة التى اجراها ستيس وآخرون (1994) وذلك لاختبار العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام والاعتقاد فى فكرة النحافة باعتبارها الشكل المثالى وذلك على عينة حجمها 238 طالبة جامعية خلصت الدراسة إلى ان استبطان فكرة النحافة تتوسط العلاقة بين حجم التعرض وعدم الانتظام الغذائى فى حين لم تجد الدراسة اى علاقة يبن حجم التعرض واستبطان فكرة النحافة .

وفى الدراسة التى أجراها برايو ديفيد وميلسا جونسون (1998) وذلك على عينة حجمها 144 طالبة جامعية تم سؤال الطالبات عن تقديرهن الوزن المثالى لجسم الفتاة وتم قياس مستوى تقدير الذات لديهن ومدى ممارستهن لنظام غذائى قاس بالإضافة إلى حجم تعرضهن لوسائل الإعلام وقد خلصت الدراسة إلى أن الصورة المثالية التى تعرضها وسائل الإعلام، وقد خلصت الدراسة إلى ان الصورة المثالية التى تعرضها وسائل الإعلام تؤدى إلى تكوين مفاهيم خاطئة لدى الفتيات وتقلل من تقديرهن لذواتهن .

وفى الدراسة التى اجراها ماككريرى سادافا(1999) على عينة حجمها 341 (125 ذكراً 216 انثى) وذلك لاختبار العلاقة بين حجم التعرض للتليفزيون وتكوّن معتقدات عن الصحة والوزن والشكل (القوام) المناسب ، وجدت الدراسة ان هناك علاقة عكسية بين حجم التعرض للتليفزيون ومدى الاعتقاد فى مناسبة أجسام المبحوثين ورضاهم عن أجسامهم .

وفى الدراسة التى أجراها رينيه بوتا (1999) وذلك على عينة من الفتيات المراهقات حجمها 214 فتاة (متوسط العمر 17 سنة) وتم استخدام

مقياس صورة الجسم وقد وجدت الدراسة أن هناك علاقة عكسية بين حجم التعرض والنظرة الإيجابية إلى الجسم فالمقارنة بين صورة قوام الفتيات فى التليفزيون وصورة قوام المبحوثات كانت لصالح الفتيات التليفزيونات وخلصت الدراسة إلى أن الأكثر تعرضاً من الفتيات للتليفزيون أقل رضاً عن صورتهن .

المحور الرابع

البيئة الاتصالية الحديثة وعلاقتها بالأبعاد النفسية

لا خلاف ان ربع القرن الأخير (من القرن العشرين) قد شهد من الوان النمو والتطور ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق فى عدة قرون سابقة ولعل من ابرز وجوه هذا التطور ذلك الاندماج الذى حدث بين ظاهرتى " انفجار المعلومات" و " ثورة الاتصالات " والمظهر البارز لانفجار المعلومات يتمثل فى " المعالجة الآلية للمعلومات " حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلى فى تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشرى ، فى أقل حيز متاح وبأسرع وقت ممكن أما ثورة الاتصالات فقد تجسدت فى معالجة المعلومات عن بعد وباستخدام أقمار الاتصال الصناعية لأمكن لملايين الأنباء والبيانات أن تتدفق عبر الدول والقارات والمحيطات بطريقة فورية ومكتوبة والصوت والصورة .

ولا جدال – أيضاً – فى أن هناك مؤشرات واضحة ودلائل بينة على أن المستقبل القريب سوف يشهد تغيرات جوهرية فى البيئة الاتصالية إذ ستصبح التكنولوجيا الحديثة – بمرور الوقت – أقل تكلفة وأكثر قدرة على إشباع احتياجات الأفراد والمجتمعات من ذى قبل ، إذ تشير بعض الدراسات إلى أنه من المتوقع أن يصل عدد المواقع على شبكة الانترنت عام 2015 إلى 500 مليون موقع ، أما فى الوقت الحالى فتشير بعض الدراسات إلى أن هناك مائة محطة راديو وتليفزيون يمكن استقبالها عن طريق شبكة الانترنت إضافة إلى أكثر من أربعة آلاف جريدة ومجلة تمتلك الولايات المتحدة وحدها ألفين منها .

وقد تنوعت التوجهات البحثية فى مجال البيئة الاتصالية الحديثة الذى يُعتبر الكمبيوتر هو أبرز معالمها وسماتها ، وتعددت مداخلها ومناهجها .

- فقد حاولت بعض الدراسات المقارنة بين استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال التقليدية ومقارنتها بالوسائل الحديثة .
- وحاولت بعض الدراسات المقارنة بين الإشباعات التى يحصل عليها الفرد من الوسائل التقليدية بتلك التى يحصل عليها من الوسائل الحديثة .
- وحاولت بعض الدراسات دراسة الخصائص الإقناعية للوسائل الحديثة وتأثيراتها ومدى مصداقيتها لدى الجمهور . وحاولت بعض الدراسات المقارنة بين توجهات الجمهور نحو الوسائل الحديثة فى أكثر من منطقة جغرافية .
- وحاولت بعض الدراسات تحليل المضمون المقدم من الوسائل الحديثة كمواقع الانترنت ومقارنتها بالمضمون المقدم فى الوسائل التقليدية.
- وحاولت بعض الدراسات دراسة البيئة الاتصالية الحديثة من منظور فلسفى مستخدمة تصورات سابقة وكاشفة عن تصورات لاحقة لما يمكن أن يكون للبيئة الاتصالية الحديثة من تأثير على الجمهور .

ولم يقف الباحثون بمعزل عن هذه التطورات إذسرعان ما بدأ الباحثون فى طرح تساؤلاتهم وصياغة فروض إزاء البيئة الاتصالية الجديدة:

فما هى العوامل والمتغيرات النفسية التى تدفع الفرد إلى تبنى مستحدثات البيئة الاتصالية الجديدة وإلى استخدامها .

وما المتغيرات والعوامل النفسية التى تؤثر على استجابة الفرد لما تقدمه الوسائل الجديدة من مضامين واشكال قد تختلف فى كثير من جوانبها عن الأشكال والمضامين التقليدية ؟

وما الآثار النفسية المترتبة أو التى يمكن أن تترتب على استخدام الأفراد لمستحدثات البيئة الاتصالية الجديدة ؟

وقبل أن نجيب على هذه التساؤلات من واقع نتائج الدراسات فى هذا المجال ينبغى الإشارة إلى الملاحظات التالية :

أ- إن الباحثين الإعلاميين فى دراستهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة قد انطلقوا من الأطر النظرية ذاتها التى استخدموها فى دراسة وسائل الإعلام التقليدية ولم يحاولوا تطوير نظريات تتناسب مع البيئة الاتصالية الجديدة أو صياغة فروض تتواءم معها وتتلاءم مع معطياتها .

ب- إن الدراسات القليلة التى درست علاقة تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمتغيرات النفسية قد ركزت على الأبعاد نفسها التى ركزت عليها الدراسات السابقة فى مجال الدراسات الإعلامية التقليدية (الوحدة ، القلق ، تقييم الذات ، ...) .

ج- إن هذه الدراسات قد استخدمت المناهج والأساليب والأدوات ذاتها التى استخدمتها الدراسات التى درست الوسائل التقليدية .

ويمكن فيما يلى عرض لأهم نتائج الدراسات السابقة فى هذا المجال:

الكمبيوتر والانترنت وعلاقتها ببعض الأبعاد النفسية :

يمثل دخول تكنولوجيا الحاسبات الشخصية إلى المجال الإتصالى أحد نقاط التحول المهمة فى مراحل عملية الاتصال الجماهيرى وذلك من حيث قدرته على تذويب الحدود الفاصلة بين وسائل الاتصال الجماهيرى بشكلها التقليدى وذلك من خلال انظمة الوسائل الاتصالية المتعددة حيث تم دمج كافة معطيات الوسائل الاتصالية (الصحيفة الالكترونية – الكتاب الالكترونى – الإذاعة – الكاسيت – التليفزيون – الفيديو – البريد الالكترونى) فى إطار جهاز اتصالى واحد هو الكمبيوتر .

ويلعب الكمبيوتر دوراً أساسياً فى تطوير العملية الاتصالية وتحسينها وتسريعها فهو لم يعد أداة لتخزين المعلومات واسترجاعها بل وسيلة اتصال .

وقد أجريت العديد من الدراسات حول الكمبيوتر وعلاقته بالأبعاد النفسية ويمكن توضيح أهم نتائجها على النحو التالى :

1- الدوافع النفسية لاستخدام الكمبيوتر والانترنت :

وفقاً لنظرية الانتشار Difusion Theory فإن تبنى الأفكار المستحدثة يعد انعكاساً للنزعة الابتكارية لدى الفرد والرغبة فى تجربة المنتجات الجديدة ، و إن كان الكمبيوتر والانترنت كمستحدث له خصوصيته حيث يحتاج إلى قدرة مالية كبيرة ومهارات فنية عالية قد لا تتوفر لكثير من الأفراد ، كما أن هناك مشكلة نفسية قد تعوق تبنى الأفراد لهذا المستحدث وهى خوفهم منه او القدرة على إجادته وهو ما يمكن تسميته بمرض الخوف من الكمبيوتر .

وقد ذهب لين (1998) إلى ان الرغبة فى الاتصال بالآخرين وتبادل الرسائل معهم هو الدافع الرئيسى لتبنى الكمبيوتر والانترنت .

وذهب الكين وجيفرس (1998) إلى ان هناك عدة محددات لتبنى الأفراد للكمبيوتر :

- حاجة اتصالية : وتعنى رغبة الأفراد فى الاتصال بالآخرين وفى التخلص من الشعور بالوحدة والعزلة .
- علاقات تكنولوجية : وتعنى رغبة الفرد فى أن يبدو متحضراً ويستخدم اولاً بأول آخر ما توصلت إليه التكنولوجيا وكذلك الرغبة فى التباهى بها أمام الأصدقاء.

2- الكمبيوتر والشعور بالقلق :

توجد العديد من الدراسات التى حاولت اختبار العلاقة بين القلق واستخدام الكمبيوتر دون تحديد اتجاه العلاقة بينهما ، ففى دراسة مارك برسنان والتى اجراها على 119 طالباً أمريكياً وذلك لقياس القلق من استخدام الكمبيوتر لدى الطلاب وعلاقته بالنوع ، ذهبت الدراسة إلى أن الإناث اكثر قلقاً عند استخدام الكمبيوتر من الذكور وأن عينة الدراسة ترى أن الكمبيوتر هو وسيلة ذكورية وليست أنثوية .

وفى دراسة بيل مكفرسون (1998) والتى اجراها على 135 طالباً فى أحد مراكز الكمبيوتر فى الولايات المتحدة وذلك لاختبار العلاقة بين نمط الشخصية والقلق من استخدام الكمبيوتر خلصت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين نمط الشخصية ومستوى القلق من استخدام الكمبيوتر .

وفى دراسة أجراها ماكنيرنى وآخرون (1998) والتى اجراهاعلى عينة مكونة من 794 طالباً بالمدارس الثانوية فى سيدنى باستراليا وذلك

لاختبار العلاقة بين مستوى القلق من استخدام الكمبيوتر ودرجة التعلم منه ، وجدت الدراسة علاقة عكسية بين مستوى القلق ودرجة التعلم من الكمبيوتر .

3- الكمبيوتر وتقدير الذات :

فى الدراسة التى أجراها هوران (1996) على عينة من التلاميذ فى المرحلة الابتدائية حجمها 56 تلميذاً وتلميذة وذلك لقياس العلاقة بين استخدام الكمبيوتر وتقدير الذات لدى التلاميذ ، قسّم الباحث التلاميذ إلى مجموعتين ، مجموعة يتم التدريس لها بالطرق التقليدية والأخرى يتم التدريس لها باستخدام الكمبيوتر وقد وجد الباحث أن المجموعة التى استخدمت الكمبيوتر كان مستوى تقدير الذات لديهم أعلى من مثيله وبفروق دالة لدى المجموعة .

وفى الدراسة التى أجراها كوهلز وتريميوب (1996) وذلك على عينة قدرها 200 طالب وطالبة جامعيين فى ألمانيا خلصت الدراسة إلى أن:

مستخدمى CMC (Computer Mediated Communicators) يميلون إلى الاعتماد على مصادرهم الذاتية فى تكوين آرائهم أكثر من اعتمادهم على آراء الآخرين .

مستخدمى CMC أكثر تقديراً لذواتهم واقل تأثراً بالمؤثرات الاجتماعية من الآخرين .

وفى الدراسة التى أجراها جون كولويل وآخرون (1995) وذلك على عينة قدرها 120 طفلاً بريطانياً لاختبار العلاقة بين معدل استخدام ألعاب الكمبيوتر ومستوى تقدير الذات ، خلصت الدراسة إلى أن العلاقة تختلف باختلاف النوع (العلاقة بين استخدام ألعاب الكمبيوتر ومستوى تقدير الذات

لدى الإناث علاقة عكسية وذلك باختلاف مستوى التفاعل الاجتماعى للأفراد).

4- الكمبيوتر ومفهوم الذات :

فى الدراسة التى أجراها جين فونك ودبرا بوتشمان لاختبار العلاقة بين مفهوم الذات لدى المراهقين واستخدام ألعاب الكمبيوتر و ألعاب الفيديو على عينة قدرها 357 تلميذاً فى المرحلة الابتدائية وتم تطبيق مقياس هارتر لمفهوم الذات وتضمنت استمارة الاستبيان على متغيرات أخرى مثلاً النوع - تعليم الأم – الوقت المخصص لألعاب الكمبيوتر داخل المنزل وخارجه أسبوعياً وأسماء أكثر ثلاثة ألعاب يفضلها المبحوث ، خلصت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة دالة بين متغير مفهوم الذات ومعدل استخدام ألعاب الكمبيوتر .

وفى الدراسة التى أجراها تام سينج فاى (1996) فى هونج كونج عن علاقة مفهوم الذات باستخدام الكمبيوتر وعلى تعلم المهارات الخاصة به وذلك على عينة من المعاقين جسدياً وجدت الدراسة أن مفهوم الذات الإيجابى يعتبر عاملاً مهماً ومؤثراً قوياً فى مدى التعلم والاستفادة من الكمبيوتر .

5- الكمبيوتر وأنماط الشخصية :

فى الدراسة التى أجراها مون وتاس (1996) وذلك لاختبار العلاقة بين نمط الشخصية الإنسانية ومدى الجاذبية والانجذاب نحو الشخصيات الكمبيوترية أى تلك الشخصيات التى تظهر فى ألعاب وبرامج الكمبيوتر وتم تطبيق الدراسة على 48 طالباً وطالبة فى إحدى الجامعات الأمريكية خلصت الدراسة إلى :

- أن أفراد العينة يميلون إلى شخصيات الكمبيوتر التى تتماثل معهم فى الخصائص .

- أن هذا الميل يؤدى إلى شعور الأفراد بالراحة النفسية .
- تتشابه الاستجابات النفسية التى يستجيب بها الشخص لشخصيات الكمبيوتر مع استجابته مع الأفراد الحقيقيين .

أما الدراسة التى اجراها بيل مكفرسون (1998) على عينة قدرها 135 طالباً جامعياً وذلك لتحليل انماط الشخصية وعلاقتها بمستوى القلق مع استخدام الكمبيوتر فقد ذهبت إلى انه لا توجد علاقة ذات دلالة بين المتغيرين .

6- الكمبيوتر والكفاءة الذاتية :

فى الدراسة التى أجراها بروسنان (1998) وذلك على عينة حجمها 50 طالباً جامعياً فى الولايات المتحدة (متوسط العمر 21) وذلك لاختبار العلاقة بين مستوى الشعور بالكفاءة الذاتية للفرد ومستوى القلق من استخدام الكمبيوتر خلص الباحث إلى أن هناك علاقة عكسية بين المتغيرين ، فالأكثر شعوراً بالكفاءة الذاتية أقل قلقاً من استخدام الكمبيوتر .

7- الكمبيوتر والوحدة النفسية :

فى الدراسة التى أجرتها نيكولا دورينج (1996) تحت عنوان " هل شبكات الكمبيوتر تؤدى إلى الشعور بالوحدة ؟ وتم تطبيقها على 350 مستخدماً للانترنت فى ألمانيا وتم ملء الاستمارات عن طريق الانترنت وجدت الباحثة فى تحليل بيانات الدراسة أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل استخدام الانترنت ومستوى الشعور بالعزلة الاجتماعية والوحدة النفسية ، وإن كانت الدراسة لم تحدد اتجاه العلاقة بين المتغيرين.

وفى الدراسة التى أجرتها جارسيا ديكن (1998) اكدت بيانات الدراسة النتيجة السابقة حيث ذهبت الدراسة إلى أن الأفراد الذين يقضون أوقاتاً طويلة مع الانترنت يشعرون بالعزلة الاجتماعية وبقلة التفاعل الاجتماعى مع الآخرين .

وفى الدراسة التى أجراها كارلو هوجز (1999) وذلك لاختبار العلاقة بين معدل استخدام الانترنت والشعور بالوحدة لدى الطلاب الجامعيين وتم تطبيق الدراسة على عينة حجمها 320 مبحوثاً خلص الباحث إلى أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية دالة بين معدل استخدام الانترنت ومستوى الشعور بالوحدة النفسية وإن شدة هذه العلاقة تزداد لدى الذكور أكثر من الإناث .

فى الدراسة التى اجراها موراهان مارتين وسكومتشر (2000) وذلك على عينة قدرها 277 طالباً جامعياً (متوسط العمر 20.72) وذلك لدراسة الاستخدامات الطبيعية (المرضية) للانترنت خلص الباحث إلى :

- الذكور أكثر استخداماً للانترنت بطريقة مرضية من الإناث .
- إن أكثر استخدامات الانترنت لدى الذكور – عينة الدراسة هى برامج المحادثات Satting والألعاب .
- إن الأكثر استخداماً للانترنت بطريقة مرضية هم الأكثر شعوراً بالعزلة الاجتماعية والوحدة .

الفصل السادس

نظرية التأثرية بالآخرين

وظاهرة توهم المعرفة

نظرية التأثرية بالآخرين

جذور نظرية تأثرية الآخرين :

اشار دافيسون (1983) إلى عدة ملاحظات وتجارب قادته إلى التفكير ودفعته نحو التوصل لهذه النظرية منها :

الدعاية اليابانية فى الحرب العالمية الثانية :

يشير دافيسون إلى قصة إسقاط القوات اليابانية منشورات دعائية على وحدة عسكرية امريكية فى جزيرة Jima Law فى المحيط الهادى معظم افرادها من الأمريكيين السود ويراسها ضباط بيض ، وتدعو هذه المنشورات السود إلى الاستسلام أو الانسحاب ، لأن هذه الحرب هى حرب ضد الرجل الأبيض وليست هناك خصومة مع الرجل الأسود الذى يجب الا يخاطر بحياته أو يضحى بنفسه من أجل البيض وقد كان لهذه المنشورات تأثيرها الفورى إذ انسحبت هذه الوحدة فى اليوم التالى ، غير أن ما أثار دافيسون فى هذه القصة هو ما قيل عن أن سبب الانسحاب لم يكن ضغط السود ورغبتهم فى الانسحاب ولكن اعتقاد الضباط البيض فى أن مثل هذه المنشورات قد يكون لها تأثيرها السلبى الكبير على السود .

مؤتمر دور وسائل الإعلام فى تشكيل السياسة الخارجية :

خلال اشتراكه فى مؤتمر عنوانه " دور وسائل إعلام المانيا الغربية فى تشكيل سياسة بون الخارجية " سأل دافيسون عدداً من الصحفيين عن التأثير المحتمل لوسائل الإعلام فى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه السياسات ، أجاب الصحفيون بأن " مثل هذه المواد الإعلامية قد يكون لها تأثير ضئيل للغاية على

امثالنا " الشخص الأول " وعلى امثالكم " الشخص الثانى " ولكن القارئ العادى " الشخص الثالث " سوف يتأثر كثيراً بها .

تأثير الحملات السياسية فى الانتخابات الألمانية :

اشار دافيسون إلى أنه فى إحدى الانتخابات المحلية فى ألمانيا تطوع لخدمة مرشح الحزب الذى ينتمى إليه ، وقبل موعد الانتخابات بيومين وجد دافيسون فى صندوق بريده بعض النشرات الدعائية التى تدعم المرشح المنافس ، وقد دهش الباحث من مستوى جودة هذه النشرات وأيقن أنها سيكون لها تأثير كبير ، وسوف تجذب عدداً كبيراً من الناخبين لصالح هذا المرشح ، وبدون تفكير طويل ، شرع دافيسون فى إعداد منشورات مضادة وبنفس مستواها وأخذ بنفسه يوزع هذه المنشورات . الغريب من وجهة نظر دافيسون أن التحليلات الرسمية التى أعقبت هذه الانتخابات أشارت إلى أنه لم يكن لأى من الحملات الدعائية لكلا المرشحين أى تأثير على الناخبين .

وعندما سأل دافيسون نفسه : لماذا افترضت أن المنشورات الدعائية للمرشح المنافس سيكون لها تأثير كبير على الآخرين !!

هذه الملاحظات والتجارب السابقة دفعت دافيسون إلى مراجعة أدبيات الاتصال والرأى العام بحثاً عند لائل بحثية تؤيد ملاحظاته الأولية وإن كان ما وصل إليه كان مجموعة من العبارات والجمل المتناثرة التى قد تشير أكثر من كونها تؤكد ، وقد تساعد على بناء نظرية أكثر من قيامها بعملية البناء ذاتها .

فروض النظرية :

- أولاً : الفرض الإدراكى :

توجد عدة مصطلحات أخرى عديدة أطلقها الباحثون على هذا الفرض منها : فرضية التحيز الإدراكى Perceptual Bias ، فرضية فجوة الإدراك Perceptual Gap ، فرضية التباين بين الأنا والآخر Self – Other Discrepancy ، فرضية إدراك الشخص الآخر Third Person Perception ، ويستخدم الباحثون مصطلح المكون Component بديلاً لمصطلح الفرض Hypothesis

يشير الفرض الإدراكى على النحو الذى صاغه دافيسون (1983) إلى أن الأفراد الذين هم أعضاء فى جماعة ما تستقبل رسالة إقناعية معينة يعتقدون أن الرسائل الإقناعية يكون تأثيرها على الآخرين أكبر بكثير من تأثيرها عليهم .

ويمكن صياغة الفرض الإدراكى بصورة يمكن اختبارها امبريقياً على النحو التالى :

" توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرات وسائل الإعلام على أنفسهم من ناحية وعلى الآخرين من ناحية أخرى بحيث ينسب الأفراد تأثيرات أكبر لوسائل الإعلام على الآخرين مقارنة بهم " .

الأسس النفسية والمعرفية للفرض الإدراكى :

توجد عدة تفسيرات حاول الباحثون من خلالها وضع أسس فكرية ومنطقية لهذا الفرض منها :

1- التفسير القائم على فكر التفاؤل غير المبنى على أساس واقعى أو الميل نحو التفاؤل :

وصاحب هذا التفسير هو " وينشتاين " الذى صاغه فى دراسات عديدة له ، ووفقاً له فإن الأفراد بصفة عامة يعتقدون انهم اقل احتمالاً للتأثر بالأحداث السلبية مقارنة بالآخرين ، ويعتقدون انهم اقل قابلية للاختراق Less Vulnerable او للتعرض للأخطار مقارنة بالآخرين وذلك استجابة وتعبيراً عما يمكن تسميته بـ " وهم التفوق الخادع أو الزائف " .

وقد وجد هذا الفرض الذى صاغه وينشتاين تأييداً كبيراً من عدد من الدراسات التى أجريت فى عديد من السياقات من ضمنها الإصابة بالإيدز ، اخطار الحمل ، المخاطر الصحية العامة .

2- التفسير القائم على فروض نظرية النسبة :

هذا التفسير على مبدأ " خطأ النسبة الرئيسى " الذى يحدث عندما ينسب الأفراد تصرفاتهم الإيجابية لعوامل مزاجية Dispositional وينسبون تصرفات الآخرين لعوامل موقفية Situational وفى حالة التصرفات السلبية يحدث العكس بالنسبة للفرد ، إذ ينسب الفرد تصرفاته لعوامل موقفية وتصرفات الآخرين لعوامل مزاجية .

ويشير جونثر (1991) اعتماداً على هذا المبدأ إلى انه عندما يتم تقدير تأثير الرسائل الإعلامية على الآخرين فإن الأفراد يميلون إلى التقليل من شأن العوامل الموقفية (الخارجية) وينسبون إلى حد كبير تغير آراء واتجاهات الآخرين – نتيجة تعرضهم للوسائل الإعلامية – لعوامل مزاجية خاصة بالآخرين .

3- التفسير القائم على فكرتى التهويل والتهوين :

يشير بيرلوف (1993 – 1996) إلى ان هناك فكرتين يمكن من

خلالهما تفسير وتبرير الفرض الإدراكى :

- **فكرة التهويل : الأفراد يبالغون فى تقدير تأثير وسائل الإعلام على الآخرين .**
- **فكرة التهوين : الأفراد يقللون من تقدير تأثير وسائل الإعلام على انفسهم ولكل فكرة من هاتين الفكرتين منطقها ومبرراتها .**

(أ) التهويل فى تقدير التأثيرات على الآخرين :

ويقوم هذا التفسير على أن الأفراد لديهم بناءات معرفية ومعتقدات تشير إلى أن الوسائل الإعلامية لها تأثير كبير على متلقيها ، وأن الجمهور لديه قابلية واستعداد للتأثر بهذه الرسائل وأن تقديم هذه الرسائل فى شكل قصص أو إذاعتها حية قد يعزز من تأثيراتها الإقناعية .

(ب) التهوين من شأن التأثيرات على النفس :

وتقوم هذه الفكرة على ثلاثة بناءات (مكونات) :

- **معرفى Cognitive : يشير إلى أن الأفراد لديهم رؤية غير واضحة لوظائفهم النفسية ومن ثم فإنهم يفترضون أنهم لن يتأثروا بما تقدمه وسائل الإعلام من موضوعات .**
- **دافعى Motivational : ويشير إلى أن الأفراد يحتاجون إلى الاعتقاد فى كونهم غير قابلين للتأثر (الاختراق) بأحداث الحياة السلبية وذلك استجابة لما يمكن تسميته بوهم السيطرة أو التحكم وذلك بهدف دعم وتقوية هوية الفرد .**

- نفسى Psychological : يشير إلى ان هناك بعض العمليات النفسية التى تحدث لا شعورياً تتدخل فى الموضوع منها ان الأفراد يسقطون اعتقاداتهم عن تأثير وسائل الإعلام على الآخرين ، وكذلك فإنهم ليست لديهم الرغبة او القدرة على الاعتراف أمام النفس بأن وسائل الإعلام لها تأثير عليهم ولذلك فإن الأفراد قد يجدون انه من المستساغ نفسياً Palatable افتراض ان الآخرين هم الذين يتأثرون وليس هم .

وفى إطار مقارنته بين نتائج الدراسات التى تشير إلى فكرتى التهويل والتهوين أشار بيرلوف إلى عدم إمكانية ترجيح فكرة على الأخرى خاصة وأن هناك ادلة بحثية على أن الفرد يقوم بالعمليتين معاً : التهويل والتهوين .

نتائج بعض الدراسات المتعلقة باختبار الفرض الإدراكى :

وجد الفرض الإدراكى فى النظرية تأييداً امبريقياً قوياً من عدد كبير من الدراسات ففى دراسة بيرلوف (1996) والتى عرض فيها نتائج 16 دراسة اجريت لاختبار النظرية وجد الباحث أن دراسة واحدة فقط هى التى لم يثبت فيها الفرض وهى دراسة جلين وأوستمان (1988) وارجع بيرلوف عدم إثبات الفرض فى هذه الدراسة إلى كونها قد حاولت اختبار الفرض بطريقة غير مباشرة إذ كانت تبحث فى أسئلتها عن إدراك التوافق مع تأثير الجماعة اكبر من بحثها إدراك التأثيرات المحتملة لرسالة معينة .

ويمكن الإشارة إلى نتائج بعض الدراسات السابقة لهذه الدراسة السابقة لهذه الدراسة واللاحقة على النحو التالى :

فى الدراسة التى أجراها لازورسا (1989) لاختبار تأثير المسلسل التليفزيونى Amerika خلصت الدراسة إلى ان 31 ٪ من المبحوثين يعتقدون ان

للمسلسل تأثيراً قوياً على الاتجاهات السياسية للآخرين مقارنة بهم فى حين ذهب 7٪ إلى أن تأثير هذا المسلسل عليهم أكبر من تأثيره على الآخرين .

وفى الدراسة التى أجراها روسينسكى وسالمون (1990) خلص الباحثان إلى أن عينة الدراسة من الأمريكيين الذين قدروا تأثيرات خمسة أنواع من الرسائل الاتصالية السياسية على قرارهم التصويتى قد ذهبوا إلى أن تأثير هذه الرسائل على الآخرين أكبر من تأثيرها عليهم عند اتخاذ قرار التصويت .

وفى الدراسة التى أجراها دوك وهوج وتيرى (1995) وذلك على عينة مكونة من 54 طالباً جامعياً منتمين للأحزاب السياسية الكبرى فى استراليا وذلك قبل ثلاثة أيام من إجراء الانتخابات الفيدرالية فى استراليا ، أشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يعتقدون أن فى الآخرين أكثر قابلية للتأثر بالحملات الإعلامية مقارنة بأنفسهم .

وفى الدراسة التى أجراها جريس وولد (1992) أشار الباحث إلى وجود دليل على صحة الفرض الإدراكى لدى الناخبين فى جورجيا أثناء الانتخابات الرئاسية الأولية .

وفى الدراسة التى أجراها هورينز ورويتر (1996) على عينة من الطلاب (119) طالباً فى جامعة تلبرج وذلك بالتطبيق على 12 نوعاً من الرسائل الإعلامية تم التحثث من صحة الفرض الإدراكى خاصة بالنسبة للرسائل غير المرغوبة اجتماعياً .

وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودريكسول (1997) تطبيقاً على أخبار محاكمة أو جى سيمبسون وذلك على عينة من المراهقين (105) فى منطقة كولومبيا ، ثم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل : " يعتقد

الأفراد أن التغطية الصحفية لمحاكمة سيمبسون لها تأثير اكبر على اتجاهات الآخرين مقارنة بهم " .

وفى الدراسة التى أجراها ماكلويد ، إيفلاند ، وناثانسون (1997) وذلك على عينة حجمها (202) طالب اتصال فى جامعة Delaware عرض عليهم بعض اغانى (الراب) العنيفة ، اشار الطلاب إلى انهم يعتقدون ان هذه الأغانى لها تأثير على الآخرين يفوق تأثيرها عليهم .

فى الدراسة التى نشرها برايس ، تويكسبرى ، هوانج (1998) عرضوا فيها نتائج دراستين : الأولى تم إجراؤها على 295 طالباً فى قسم الاتصال بجامعة ميتشجان – الثانية : تم إجراؤها على 141 طالباً فى القسم نفسه ، وذلك لدراسة تأثير نشر إعلانات تتضمن تشكيكاً فى " حرائق الهولوكست " على الطلاب ، أشارت نتائج الدراستين إلى ثبات الفرض الإدراكى ، فالطلاب يعتقدون ان هذه الإعلانات قد تؤثر على افكار الآخرين واتجاهاتهم بصورة أكبر من تأثيرها عليهم .

وفى الدراسة التى أجراها هوفنر وآخرون (1999) وذلك على عينة مكونة من 253 من سكان مدينة تقع فى الوسط الغربى للولايات المتحدة بالتطبيق على مواد العنف فى التليفزيون ، خلصت الدراسة إلى التحقيق من صحة الفرض الإدراكى حيث يتعتقد المبحوثون أن مواد العنف قد تؤثر على الآخرين بصورة أكبر منهم .

وفى الدراسة التى أجراها هنريكسين وفلورا (1999) على 571 من تلاميذ الصف السابع ، أشارت الدراسة إلى أن هؤلاء التلاميذ يعتقدون أن إعلانات السجائر قد تؤثر على الآخرين بصورة أكبر من تأثيرها عليهم.

وفى دراسة إيفلاند وآخرين (1999) والتى عرض فيها لنتائج دراستين: الأولى اجريت على 359 من طلاب الاتصال بجامعة Delaware والثانية على 115 من طلاب الاتصال باحدى الجامعات تم التحقيق فى ان الأخرين أكثر اح تمالية للتعرض للمضمون السلبى فى وسائل الإعلام واكثر قابلية للتأثر بهذا المضمون السلبى مقارنة بأنفسهم .

وفى الدراسة التى اجراها سالوين ودويلجين (1999) على عينة مكونة من 721 شاباً وذلك تطبيقاً على ثلاثة انواع من المضامين التليفزيونية : برامج العنف ، المحاكمات التليفزيونية ، الإعلانات السياسية السلبية ، خلص الباحثان إلى التأكد من صحة الفرض الإدراكى بالنسبة للمضامين الثلاثة .

فى الدراسة التى اجراها تشابين (2000) على عينة من تلاميذ المدارس الأمريكية تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى وذلك فيما يتعلق بفرص الإصابة بمرض نقص المناعة المكتسب .

وفى الدراسة التى أجراها بايزر وبيتر (2000) على 200 مراهق فى جنوب غرب المانيا تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل " يميل الأفراد إلى الاعتقاد فى كونهم أقل مشاهدة للمضامين التليفزيونية غير المرغوبة اجتماعياً مقارنة بالآخرين " .

وفى الدراسة التى أجراها ووى وساه هون كوو (2001) فى سنغافورة على وسيلة جديدة هى الانترنت والمواقع الجنسية عليها ، وتم تطبيقها على عينة مكونة من 435 من طلاب كلية إدارة الأعمال بجامعة سنغافورة ، اشارت نتائج الدراسة إلى أن الطلاب يعتقدون أن الآخرين أكثر تعرضاً لهذه المواقع كما انهم الأكثر تأثراً بها مقارنة بأنفسهم .

ثانياً : الفرض السلوكى :

يشير الفرض السلوكى على النحو الذى صاغه دافيسون (1983) إلى ان اعتقاد الأفراد فى كون الآخرين اكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية مقارنة بهم سوف يدفعهم إلى المطالبة بوضع قيود أو فرض رقابة على المضامين الإعلامية التى يعتقد انها ضارة أو على الأقل يتم إدراكها والنظر إليها على أن لها تأثيرات سلبية على الآخرين .

الأسس النفسية والمعرفية للفرض السلوكى :

ذهب كثير من باحثى نظرية تأثرية الآخرين إلى انه يمكن تفسير المكون السلوكى فى ضوء ما يلى :

- التفسير القائم على نظرية الدافعية الوقائية :

تشير هذه النظرية لورجرز Rogers إلى ان الحكم على درجة ومدى قابلية الشخص للتأثر بالتهديد المحيط به وتقييمه لقوة هذا التهديد Severity قد يدفعانه مجتمعين إلى اتخاذ سلوك وقائى للسيطرة على هذا الخطر أو التهديد ومن هذا المنظور فقد يصبح تأييد فرض الرقابة على وسائل الإعلام فى نظرية تأثرية الآخرين هو مجرد استجابة تكيفية للتعامل مع الخطر أو التهديد الذى تمثله وسائل الإعلام .

- **التفسير القائم على مفهوم الوالدية :**

هذا المفهوم التبرير العقلانى بين الرسائل غير الأخلاقية وتأييد وفرض الرقابة ، حيث يشير هذا المفهوم إلى أن الأفراد يقومون بأفعال تصحيحية Coorective Actions لتحمى الآخرين (الذين يتم النظر إليهم على انهم

أكثر قابلية للتأثر بالمواد غير الأخلاقية مقارنة بأنفسهم).

وهذا التفسير الأبوى يصور الرقيب كأنه اب يقوم بعمل نموذجى (تمثيلى) مقصود ، ومن ثم يضفى على فرض الرقابة الشرعية ويجعلها مقبولة من الناحية الاجتماعية .

نتائج بعض الدراسات المتعلقة باختبار الفرض السلوكى :

على العكس من الفرض الإدراكى الذى تم التحقق من صحته ولا يوجد اختلاف عليه فإن الفرض السلوكى يثير الكثير من الجدل والنقاش وليس هناك اتفاق على صحته ، كما أنه لم يثبت بصورة قاطعة ويمكن عرض نتائج بعض الدراسات التى حاولت اختباره على النحو التالى :

فى دراسة بيرلوف (1993) والتى عرض فيها نتائج 14 دراسة اجريت لاختبار نظرية تأثرية الآخرين اشار الباحث إلى أن ثلاث دراسات فقط من 14 دراسة هى التى اختبرت الفرض السلوكى وقدمت تأييداً متوسطاً لهذا الفرض .

وفى دراسة موتز(1989) وجدت الباحثة أن إدراك تأثير التغطية الإعلامية المعارضة للقضية خلافية قد قلل من النية للاشتراك فى المناقشات الجماعية والعامة حول هذه القضية .

وفى دراسة روسينسكى وسالمون (1990) والتى تم تطبيقها على الانتخابات الأمريكية (1988) تم إثبات الفرض الإدراكى بينما لم يثبت الفرض السلوكى .

وفى الدراسة التى اجراها جريس وولد (1992) اشار الباحث إلى وجود علاقة بين مدى اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين (الفرض الإدراكى) ودرجة تأييد فرض الرقابة على الأفلام التى تصور العنف او تتضمن مشاهد جنسية .

وفى الدراسة التى اجراها سالوين ودريسكول (1997) على عينة قدرها 605 طالباً لم يتم التحقق من الفرض السلوكى القائل : " يوجد ارتباط إيجابى بين مستوى الاعتقاد فى أن التغطية الصحفية لمحاكمة أو ، جى سيمبسون سيكون تأثيرها على الآخرين اكبر من تأثيرها عليهم ودرجة تأييدهم لفرض رقابة على تغطية الصحافة لهذه المحاكمة ويفسر الباحثان عدم التحقق من هذا الفرض فى ضوء طبيعة القضية وكونها خلافية وذلك مقارنة بأفلام العرى والعنف التى لا يختلف أحد على تأثيرها" .

وفى دراسة ماكلويد ، ايفلاند وناثانسون (1997) والتى تم إجراؤها على عينة مكونة من 202 طالب اتصال فى جامعة Delaware ومدى اعتقادهم فى تاثير موسيقى الراب العنيفة على الآخرين ، تم التحقق من صحة الفرض السلوكى المتعلق بفرض الرقابة على هذه الموسيقى.

وفى دراسة برايس ، توبكسيرى ، هوانج (1998) والتى تم تطبيقها على إعلانات تشكك فى " حرائق الهولوكست " أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتقاد فى تأثرية الآخرين بهذه الإعلانات ومستوى الرغبة فى فرض رقابة ومنع نشر مثل هذه الإعلانات .

وفى الدراسة التى أجراها هوفنز وآخرون (1999) وذلك على عينة مكونة من 253 من سكان مدينة تقع فى الوسط الغربى للولايات المتحدة ، خلص الباحثون إلى التحقق من صحة الفرض السلوكى فيما يتعلق بالمواد التى قد تشوه من صور العالم لدى الأفراد وتجعله وضيعاً وفسر الباحثون ذلك

فى ضوء وجهة النظر القائلة بأن تأييد فرض الرقابة يكون مدفوعاً بصفة أساسية برغبة الفرد فى حماية ووقاية المجتمع من التأثيرات السلبية المترتبة على التعرض لوسائل الإعلام وعرض التليفزيون لمواد العنف من شأنه تهديد صحة وسلامة المواطنين بينما نجد أن مدركات داخلية وليس لها ، من وجهة نظر هؤلاء الباحثين تأثيرات ملحوظة أو فورية على المجتمع .

وفى الدراسة التى أجراها دوباجين ، سالوين ، بول (1999) على عينة مكونة من 721 شاباً وذلك لاختبار الفرض السلوكى على موضوعات ثلاثة هى : مواد العنف فى التليفزيون ، المحاكمات التليفزيونة ، الإعلانات السياسية السلبية ، خلصت الدراسة إلى أن النتائج المتعلقة بالفرض السلوكى لم تكن مؤكدة تماماً .

وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودوباجين (1999) تم التأكد من صحة الفرض القائل إن إدراك تأثرية الآخرين بالمضامين الضارة يعتبر مؤشراً إيجابياً على تأييد فرض الرقابة على الرسائل ذات التأثير السلبى ، كما تم التحقق جزئياً من الفرض القائل إن إدراك التأثيرات غير الأخلاقية للمضامين الإعلامية ينتج عنها تأييد أكبر لفرض الرقابة مقارنة بإدراك التأثيرات العامة وخلص الباحثان إلى القول بأن تحقق الفرض السلوكى هو تحقق مشروط أو هو تحقق مبنى على نوع القضية أو الموقف .

وفى الدراسة التى أجراها فين وى بادن (2000) بهدف اقتراح طريقة مختلفة للنظر فى العلاقة بين الفرضين الإدراكى والسلوكى ، خلصت الدراسة التى تم تطبيقها على طلاب 15 مدرسة ثانوية إلى التحقق من صحة الفرض السلوكى القائل إن " إدراك التأثيرات السلبية الضارة على الآخرين يمكن اعتباره مؤشراً جيداً لتأييد فرض الرقابة على أفلام العرى والجنس " .

وفى الدراسة التى أجراها ووى وساه هون كوو (2001) فى سنغافورة تم التحقق من صحة الفرض السلوكى القائل : " بوجود علاقة بين الاعتقاد فى تأثرية الآخرين بشدة المضامين الجنسية على مواقع الانترنت والاتجاه المؤيد لفرض رقابة وقيود عليها " .

1- المتغيرات الوسيطة المحددة لتأثرية الآخرين :

أجريت العديد من الدراسات بهدف اختيار المتغيرات والعوامل التى تؤثر على فروض النظرية وعلى منطلقاتها الأساسية ، ولعل جدة النظرية وحداثتها قد افسح المجال أمام عدد كبير من الباحثين لاختبار هذه المتغيرات ولقياس فاعلياتها غير أنه فى المقابل جعل الاتفاق على اتجاه معين لتأثيرات هذه المتغيرات وعلى دور واضح لهذه العوامل أمر بالغ الصعوبة ويمكن عرض أهم المتغيرات المطروحة للاختبار فى إطار نظرية تأثرية الآخرين على النحو التالي :

المتغيرات والعوامل الخاصة بالمصدر :

تحيز المصدر ودرجة الثقة به :

تشير نتائج بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية (الفرض الإدراكى) تزداد حينما يتم النظر إلى مصدر الرسالة على أنه متميز بشكل سلبى أو أنه غير به أهل للثقة به Untrustworty وكذلك حينما يعزى الجمهور وينسب النية الإقناعية للمصدر .

ففى دراسة تجريبية أجراها كوهين وتلاميذه (Cohen (1988 عرضوا خلالها قصة إخبارية بها قذف وتشهير لأحد الأشخاص المشهورين على ثلاث مجموعات :

- الأولى : نسبوا فيها القصة الإخبارية لمصدر يعتبر متحيزاً ضد هذا الشخص .
- الثانية : نسبوا فيها القصة الإخبارية لمصدر يعتبر متحيزاً لهذا الشخص .
- الثالثة : لم يتم نسبتها لمصدر وقد وجد الباحثون أن الفرض الإدراكى قد تحقق فى المجموعة الأولى بصورة أكبر وأبرز من المجموعتين الأخريين .

النتيجة نفسها وجدها جونثر (1991) حيث وجد أن الفجوة الإدراكية كانت كبيرة عندما تم نسب القصة لمصدر متحيز (وهى صحيفة The National Enquirer) أكثر من نسبتها لمصدر يتسم بالموضوعية والحياد أو يتم النظر إليه على هذا (وهى The New York Times) .

2- المتغيرات والعوامل الخاصة بالرسالة :

موضوع الرسالة ومدى مقبوليته اجتماعياً :

يمكن القول بصفة عامة إن الغالبية العظمى من دراسات نظرية تأثرية الآخرين قد ركزت على رسائل لها نتائج سلبية Negative أو ضارة أو غير مرغوبة اجتماعياً Social Undesirable أو غير وظيفية Dysfunctional ومنها :

- مواد العنف فى التليفزيون .
- أفلام العرى (البورنو) .
- البرامج الجنسية المصرية فى قنوات الكابل .
- الإعلانات السياسية السلبية .

- تغطية إخبارية لفضائح .

إذ مـن شـأن هـذه الرسـائل أن تجعـل الـشخص يقـول : " إن تـأثيرات هـذه الرسائل ليست جيدة بالنسبة لى أو أنه ليس من اللائق أن أتأثر بهذه الرسائل " ، ومـن ثـم فـإن هـذا لاختبـار النظريـة فالمضمون السلبى غير المقبول اجتماعياً قد يزيـد مـن اتـساع الفجـوة الإدراكيـة بـين تأثيـة الـذات والآخـرين ، فـى حـين أن المضمون الإيجـابى المقبـول اجتماعيـاً ويـضيق هـذه الفجـوة أو قـد يعكـس الفـرض الإدراكى .

ويفسر الباحثون هـذه الفرضية فـى ضـوء نظريـة الـدوافع ووفقـاً لهـا فـإن فى حالة القضايا السلبية يمكن تفسير العلاقة فى ضوء الميل العام لمعظم الأفراد نحـو العمـل بطريقـة متحيـزة تخـدم الـذات والـذى يقـودهم إلى تـصوير أنفسهم بـصورة جيـدة مقارنـة بـالآخرين وذلـك إمـا بهـدف الـدفاع عـن الـنفس EgoDefensive Function أو دعم وتمجيد الذات Enhancement أما فـى حالـة القـضايا الإيجابيـة فـإن وظيفـة الـدفاع عـن الـنفس أو دعمهـا قـد يقـل فعاليتها وقد تتلاشى .

وعلـى صـعيد نتـائج الدراسـات التجريبيـة الامبريقيـة يمكـن الإشـارة إلى نماذج من الدراسات التى اختبرت هذه الفرضية على النحو التالى :

فـى الدراسـة التـى أجراهـا جـونثر ، وانـج (1996) فـى سنغافورة علـى عشرة أنواع مـن المضامين التليفزيونية أشـار الباحثـان إلى تحقـق فـروض النظريـة مـع خمسة موضـوعات سـلبية متعلقـة بـالجنس وأفـلام العـرى أكثـر مـن تحققهـا مـع الموضوعات الإيجابية .

وفى الدراسة التى أجراها هوريتز وروتر (1996) على عينة من طلاب جامعة Tilburg وذلك على 12 رسالة إعلامية (نصفها مقبول اجتماعياً ونصفها غير مقبول) أشار الباحثان إلى تحقق فروض النظرية مع الرسائل غير المقبولة اجتماعياً ولم تتحقق مع الرسائل المقبولة اجتماعياً .

وفى الدراسة التى أجراها اينس وزيتز (1998) على ثلاث قضايا بعضها إيجابى وبعضها سلبى خلص الباحثان إلى أن فروض النظرية تتحقق فى حالة مواد العنف بدرجة أكبر من تحققها فى حالة الحملة الإعلامية ضد قيادة المخمورين أو الحملات السياسية السلبية .

ومن الدراسات التى تحقق فيها الفرض الإدراكى العكسى :

فى الدراسة التى أجراها هنريكسن وفلورا (1999) من تلاميذ الصفوف الرابع والسادس والثامن وتم عرض شريط فيديو عليهم مدته 10 دقائق يحتوى على إعلانات ضد التدخين ، أشار التلاميذ إلى اعتقادهم بأن هذه الإعلانات قد يكون لها تأثير أكبر عليهم مقارنة بتأثيرها على زملائهم وأقرانهم .

وفى الدراسة التى أجراها جون تشابين (2000) على حملة إعلانية عن" الجنس والأمن " أشار 34 ٪ من المبحوثين انهم يعتقدون انهم أكثر تأثراً من الآخرين بهذه الرسائل الإعلانية .

3- المتغيرات والعوامل المتعلقة بالمستقبل (خصائص الجمهور) :

أ- مستوى الاستغراق فى القضية (الارتباط – الاندماج) :

وفقاً للفروض التى صاغها دافيسون واعتماداً على نظرية الحكم الاجتماعى Social Judgment Theory اختبر عدد من الباحثين تأثير استغراق المبحوثين فى القضية وارتباطهم بها على الفجوة الإدراكية بين تأثرية الآنا والآخرين .

ففى دراسة تجريبية أجراها بيرلوف (1989) أعد الباحث شريط فيديو مسجلاً عليه تغطية تليفزيونية لحرب لبنان (1982) وعرض هذا الشريط على ثلاث مجموعات : الأولى مؤيدة لإسرائيل والثانية مؤيدة لمنظمة التحرير الفلسطينية والثالثة محايدة وقد دلت نتائج الدراسة على أن المجموعة الأولى (المؤيدة لإسرائيل) ترى أن هذه التغطية التليفزيونية قد تجعل المشاهد المحايد (الآخرين) منحازاً للفلسطينين أكثر من الاسرائيليين.

فى حين أن المجموعة الثانية (المؤيدة لمنظمة التحرير الفلسطينية) ترى أن التغطية قد تجعل المشاهد المحايد (الآخرين) أكثر تعاطفاً وتأثراً وتأييداً للفلسطينيين .

نتائج مشابهة لذلك خرجت بها دراسة فالون وآخرين (1985) وكذلك دراسة موتز (1989) التى استخدمت مصطلح أهمية القضية Importance بديلاً لمصطلح الاستغراق .

ب- مستوى التعليم :

أشارت بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية بين تأثرية الأنا والآخرين تزداد عندما يعتقد المبحوثون أنهم على علم ودراية بالقضية موضوع البحث وإن كان غير معروف حتى الآن ما إذا كان اعتقاد الفرد فى كونه خبيراً بقضية معينة قد يزيد الفجوة أم لا .

كذلك فإن المتغيرات المهمة فى هذا الإطار هو تقييم الأفراد لمعلوماتهم ولأنفسهم ، فقد اشارت موتز (1989) على سبيل المثال إلى أن الفجوة الإدراكية تزداد لدى اعضاء هيئة التدريس بجامعة ستانفورد عن مثيلتها لدى الطلاب وإن كانت دراسة كاكلويد ، إيفلاند وناثانسون (1997) لم تتحقق من ذلك .

وفى الاتجاه ذاته وجد تيدج وآخرون (1991) أن الفجوة الإدراكية تزداد وتتسع لدى الأكثر تعليماً ، فالأكثر تعليماً قد يعتبرون انفسهم جماعة صفوة بسبب تعليمهم ومن ثم فإنهم يعتقدون انهم اقل تأثراً بوسائل الإعلام مقارنة بالآخرين .

وقد يكون الاعتقاد فى صحة المعلومات لدى الفرد أهم من درجة دقتها وصحتها فى الواقع ، ففى دراسة لازورسا (1989) والتى تمت المقارنة فيها بين المعرفة الشخصية والمعرفة الواقعية عن تأثير مسلسل عرض فى الولايات المتحدة عن الحياة الأمريكية بعد الانهيار غي رالدموى للاتحاد السوفيتى وجدت الباحثة ان اعتقاد المبحوثين فى صحة معلوماتهم بغض النظر عن مدى دقتها كان متغيراً إيجابياً وفعالاً .

وفى دراسة دريكسول وسالوين (1997) والتى تم تحقيقها على 605 شاباً خلص الباحثان إلى أن الأكثر اعتقاداً فى أن لديه أكبر من المعلومات عن الأحداث الجارية مقارنة بالآخرين هو الأكثر اعتقاداً فى تأثرية الآخرين كذلك فإن الأكثر اعتقاداً فى أن لديه كما أكبر من المعلومات المتعلقة بقضية معينة هو الأكثر اعتقاداً فى تأثرية الآخرين .

ج- المسافة الاجتماعية / النفسية :

يشير مفهوم المسافة الاجتماعية / النفسية إلى الطريقة التى من خلالها يحدد الفرد موقع اقرانه عندما يقوم بعملية المقارنة ومن المصطلحات الأخرى التى يتم استخدامها للتعبير عن هذه العملية مصطلح " المقارنة التنازلية " والتى يستخدمها الأفراد على حد تعبير ويلز (1980) لدعم وتقوية وجودهم الذاتى Suejective Well – Being وذلك عن طريق مقارنة انفسهم بآخرين اقل حظاً منهم .

وفى إطار نظرية تأثرية الآخرين يشير بيرلوف (1996) إلى انه من ست عشرة دراسة تم فحصها وجدت ثلاث دراسات أن الفجوة الإدراكية بين تأثرية الأنا والآخرين تتسع كلما تم إدراك الآخرين على انهم تبعدهم مسافة عنهم على أن هذه النتيجة غير مؤكدة فى ظل تباين نتائج الدراسات التى اختبرت هذا الفرض فمن الدراسات التى أثبتت هذه الفرضية يمكن الإشارة إلى :

دراسة كوهين وآخرين (1988) وقد اشارت نتائجها إلى أن المبحوثين يعتقدون أن القصص الإخبارية قد يكون لها تأثير أكبر على الطلاب الآخرين فى جامعة ستانفورد مقارنة بأنفسهم وقد يكون لها تاثير أكبر على سكان كالفورنيا مقارنة بتأثيرها على طلاب جامعة ستانفورد وقد يكون لها تأثير أكبر على بقية الشعب الأمريكى مقارنة بسكان دكالفورنيا .

فى دراسة جونثر (1991) وكانت جماعات المقارنة مع الذات هى : بقية طلاب جامعة منيسوتا ، المعارف ، بقية الناس وخلصت إلى النتيجة ذاتها .

دراسة بروسيوس وانجيل وكانت جماعات المقارنة مع الذات هى : بقية أفراد الأسرة ، الجيران ، بقية السكان فى الولاية بقية الاستراليين ، والآخرين بصفة عامة .

دراسة إيفلاند وآخرين (1999) والتى عرض فيها لنتائج دراستين الأولى على طلاب جامعة Delware والأخرى على طلاب California Santa Barbara وجاءت نتائج الدراستين متسقة مع نتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق باتساع الفجوة الإدراكية باتساع المسافة الاجتماعية .

ومن الدراسات التى لم تتحقق من الفرضية يمكن الإشارة إلى :

دراسة كوهين وديفيز (1991) وكانت جماعات المقارنة مع الذات هى : الناس فى مسقط رأسى ، الناس فى منطقتى ، الناس فى الولايات المتحدة بصفة عامة .

دراسة ماكلويد وآخرين (1997) وكانت جماعات المقارنة مع الذات هى : بقية طلاب جامعة Delaware شباب نيويورك ولوس انجلوس ، الإنسان العادى .

4- متغيرات وعوامل خاصة بالقياس :

- ترتيب الأسئلة فى الاستمارة :

يشير بعض الباحثين إلى أن طريقة إجابة المبحوثين عن الأسئلة المقدمة لهم فى الاستمارة وترتيب بعض الأسئلة وتسلسلها قد ينتج عنها مقارنة ظاهرية بين تأثرية الذات والآخرين وقد يؤدى هذا إلى وجود ما يمكن تسميته بالتحيز الخادم للذات Self – Serving Bias .

وتشير هذه الظاهرة إلى أن الأفراد يميلون إلى تفسير تصرفاتهم بطريقة فيها إطراء للذات Self Flsttering Tendency وهذا ينتج عن عاملين :

- الرغبة فى حماية ودعم مستوى تقدير الذات لدى الفرد .

- الرغبة فى الظهور بمظهر جيد أمام الآخرين .

ومن ثم فإن تحقق فروض النظرية قد يكون نتيجة مصطنعة لترتيب الأسئلة وهو ما يطلق فى أدبيات الاتصال تأثير الاتساق أو التتابع .

ولقد اعترف كثير من الباحثين بمشكلة ترتيب الأسئلة وحاول بعضهم مواجهة هذه المشكلة بتغيير وتعديل ترتيب الأسئلة وباستثناء دراسة ديفيد وجونسون (1998) فإن هذه الدراسات تشير إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة ناتجة عن طريقة ترتيب الأسئلة إلى الحد الذى دفع برسيوس وانجيل (1996) إلى المطالبة بإبعاد قضية ترتيب الأسئلة من القضايا البحثية فى مجال دراسات نظرية تأثرية الآخرين .

فعلى سبيل المثال فى دراسة برايس وترويسكبرى (1996) تم تقسيم المبحوثين إلى مجموعتين : مجموعة تجيب على أسئلة الذات فقط ومجموعة تجيب عن أسئلة الآخرين فقط وطبقاً لذلك على عدد من القضايا ووجد أنه لا توجد اختلافات جوهرية أو منظمة .

وفى دراسة ديبوجين وسالوين وبول (1999) تم تقسيم المبحوثين إلى أربع مجموعات تجيب كل مجموعة عن ترتيب معين :

الأولى : تجيب عن أسئلة الذات Self ثم أسئلة الآخرين Other ثم أسئلة فرض القيود S.O.R Restrictions

الثانية : تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة O.S.R

الثالثة : تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة R.S.O

الرابعة : تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة R.O.S

ولم تجد الدراسة فروقاً بين النتائج المتعلقة بالمجموعات الأربعة .

ظاهرة توهم المعرفة

المصطلح – المفهوم– الأسباب

المصطلح :

على الرغم من شيوع مصطلح Pluralistic Ignorance وكثرة استخدامه فى الدراسات النفسية الاجتماعية وفى دراسات الراى العام فإن هناك اتفاقاً بين عدد كبير من الباحثين على عدم ملاءمته وعدم دقته واعتباره تسمية خاطئة Misnomer لا تعبر عن طبيعة الظاهرة ولا تكشف عن فحوى المفهوم الذى تحمله .

على أن ذلك الاتفاق لم يدفع الباحثين إلى محاولة صك مصطلح جديد أكثر دقة وأكثر تعبيراً عن الظاهرة ، واكتفى معظمهم بمحاولة ربط المصطلح بمصطلحات أخرى تعبر عن ظواهر قد تكون شديدة الصلة بالظاهرة أو يمكن اعتبارها متضمنة فيها ، ومنها " وهم العمومية Illusion Of University " .

وفى اللغة العربية لا يوجد فى حدود ما اطلع عليه الباحث ترجمة لهذا المصطلح أو مرادف موضوعى له ومن ثم تبرز عدة اقتراحات منها : " الجهل الجمعى " وهى الترجمة الحرفية للمصطلح وهى لا تعبر فى رأى الباحث عن المعنى المراد به ، أو " الجهل باتجاه الجماعة " الحقيقى وهى إن كانت تعبر عن مضمون الظاهرة جزئياً ، إلا انها اقرب إلى الوصف وغير عملية فى الاستخدام أو " وهم المعرفة بالجماعة " وهى النظير (المقابل) الإيجابى للترجمة السابقة وهى اقرب للظاهرة من سابقتها وأخيراً " توهم المعرفة " وهى الترجمة التى يميل إليها أغلب الباحثين .

المفهوم :

تعددت التعريفات التى قدمها الباحثون لظاهرة " توهم المعرفة " وإن كانت هذه التعريفات فى مجملها أقرب إلى التوصيف وإلى تحديد الأعراض المرتبطة بالظاهرة منها إلى تحديد الأبعاد المكوّنة لها .

المفهوم فى الدراسات النفسية الاجتماعية :

يشير جيمس فيلدز وهوارد سكومان (1976) إلى أن ظاهرة " توهم المعرفة " تعكس المواقف التى يظهر فيها الأفراد وكأنهم يعيشون ويتعاملون فى واقع (عالم) اجتماعى مزيف False Social World أو على الأقل مختلف عما يمكن للباحث الموضوعى أن يلاحظه .

ويرى هوبرت أوجورمان (1986) وهو من أكثر المدافعين عن المدخل الاجتماعى Social Approach فى دراسة الظاهرة أن توهم المعرفة يعنى اشتراك الأفراد فى أفكار زائفة (خاطئة) Shared False Ideas عن مشاعر وأفكار وسلوكيات الآخرين .

ويرى ديل ميللر وكاتى ماكفارلابند (1987) أن توهم المعرفة يحدث عندما يعتقد الأفراد أن السلوك العلنى المتطابق للفرد وللآخرين لا ينتج عن حالة شعورية واحدة وإنما ينتج عن حالات داخلية مختلفة Different Internal States فالفرد قد يعتقد أن الخوف من الإحراج Fear Of Embarrassment قد يكون سبباً كافياً للقيام بسلوك معين لديه فى حين لا يعتقد أن يكون لهذا الخوف تأثيره على سلوك الآخرين .

الفكرة ذاتها أكدت عليها دراسة لاحقة للباحثين نفسيهما (1991) ودراسة أخرى لديل ميللر وديبورا برينتش (1994) إذ ذهبوا إلى أن الظاهرة

تحدث عندما يشترك أفراد الجماعة فى مدركات خاطئة عن الدافعية Human Motivation تقودهم إلى الاعتقاد فى أن تأثير الدوافع على سلوكهم يختلف ويتباين عن تأثيره على سلوك الآخرين.

وترى كولين سميث (1995) انه يمكن تعريف توهم المعرفة على أنه نوع من الإسقاط الاجتماعى يحدث عندما يدرك كل فرد فى الجماعة بطريقة خاطئة أن هناك اختلافاً بينه وبين بقية أعضاء الجماعة المناظرين له ، الأمر الذى يمكن أن ينتج عنه الشعور بالعزلة والانحراف والجنوح والاغتراب .

ويشير ديبورا برينش وديل ميللر (1996) إلى أن توهم المعرفة يصف الموقف الذى يفترض فيه أو يتخيل أن كل فرد فى جماعة أو مجتمع ما يرفض بشكل شخصى اعتقاداً أو رأياً أو سلوكاً معيناً فى الوقت الذى يعتقد فيه ويفترض أن الآخرين يقبلون بشكل شخصى هذا الاعتقاد أو الرأى أو السلوك .

وتبدا ظاهرة توهم المعرفة من وجهة نظرهما عندما يحدث تعارض Discrepancy بين السلوك العلنى للفرد والرأى الشخصى له إذ يعتقد الفرد أن سلوكه العلنى قد يكون مختلفاً عن شعوره أو رأيه الحقيقى ولكنه لا يفترض وجود الاختلاف والتباين عند الآخرين بل على العكس فهو يعتقد أن سلوك الآخرين العلنى يتفق ويعكس بدقة الطريقة التى يفكرون بها ويشعرون .

وأخيراً يرى بوشى تاكا فوكوى (2001) أن توهم المعرفة هو حالة نفسية يعتقد فيها الفرد أن أفكاره ومشاعره واتجاهاته الشخصية مختلفة عن أفكار ومشاعر واتجاهات الآخرين فى الوقت الذى يكون سلوكه العلنى متطابقاً مع السلوك العلنى للآخرين .

المفهوم فى دراسات الرأى العام :

يشير جاكوب شامير ومايكل شامير (1997) إلى أن ظاهرة توهم المعرفة تظهر فى دراسات الرأى العام فى مصطلحات مثل " القراءة الخاطئة لموقف الأغلبية " حيث يكون التركيز على الإطار الشكلى للراى وليس على توزيعه الحقيقى ولعل الحالة الأكثر تطرقاً لهذه الظاهرة هى تلك التى يدرك فيها الأفراد موقف الأغلبية إزاء قضية ما إدراكاً خاطئاً وكأنهم الأغلبية أو العكس كأن يدرك الأفراد رأى الأغلبية وكأنه رأى الأقلية .

وترى أن مارى ماجور (1997) أنه يمكن اعتبار توهم المعرفة مقياساً لمدى دقة الفرد فى أثناء قيامه بعملية مراقبة البيئة المتعلقة بمناخ الرأى العام حول قضية معينة ، ويقاس عادة بمقارنة نسبة الأفراد الذين يحملون رأى الأغلبية مع نسبة الأفراد الذين يدركون بدقة رأى الأغلبية وكلما زادت النسبة بين الفريقين زادت درجة توهم المعرفة .

ويميز تشارلز كورتى (1972) بين نوعين (مستويين) من توهم المعرفة :

توهم المعرفة المطلق Absolut : وهو الحالة التى يتم فيها إدراك الأغلبية والنظر إليها على أنها أقلية أو العكس : ادراك الأقلية والنظر إليها على أنها أغلبية .

توهم المعرفة النسبى Relative : وهو الحالة التى يتم فيها المبالغة فى تقدير موقف الأغلبية والأقلية زيادة ونقصاناً أو إيجاباً وسلباً .

أسباب حدوث توهم المعرفة :

قدم الباحثون تفسيرات مختلفة لحدوث توهم المعرفة واختلفت هذه التفسيرات باختلاف الإطار المرجعى لهؤلاء الباحثين .

فمن وجهة نظر جاكوب شامير ومايكل شامير (1997) يوجد تفسيران (نفسى واجتماعى) لظاهرة توهم المعرفة .

- فمن المنظور النفسى يرجع توهم المعرفة إلى أن الأفراد لا يقومون بمعالجة المعلومات التى تصلهم بطريقة مثالية بسبب قصور فى العمليات المعرفية واستجابة لما يسمى بالتحيزات الخادمة للذات Self Serving Biases .

- ومن المنظور الاجتماعى ترجع الظاهرة إلى أن الأفراد يستقبلون رسائل خاطئة من البيئة وتؤدى المفاتيح غير الدقيقة والمعلومات الخاطئة إلى مؤشرات غير صادقة وغير صحيحة عن الرأى العام هذه كلها تؤدى إلى حدوث توهم المعرفة .

ويرى يوشى تاكا فوكوى (2001) انه يمكن ارجاع توهم المعرفة إلى عاملين :

1- وهم الشفافية او الوضوح Illusion Of Transparency حيث يعتقد كثير من الأفراد أن لديهم القدرة على معرفة اتجاهات الآخرين بسهولة وعلى معرفة دوافعهم ومحركات سلوكهم.

2- الميل الثقافى لدى الأفراد للتقليل من قوة تأثير الدوافع الاجتماعية على سلوكهم .

فمن وجهة نظر فوكوى يبنى الأفراد توقعاتهم عن دوافع الآخرين وفقاً لمعتقداتهم الثقافية المشتركة حول طريقة توزيع وتقديم الدوافع المختلفة وهذه الطريقة تدفع الأفراد إلى المبالغة فى تقدير المدى الذى يعمل فيه الآخرون وفقاً لأهوائهم الشخصية وإلى تقليل المدى الذى يعملون فيه للحفاظ على العلاقات مع جماعات الرفاق وللعمل على حفظ وتماسك الهوية الاجتماعية .

ويرى وارين بريد وتوماس كتسانيس أن هناك ارتباطاً بين توهم المعرفة والتحيز فى الاتجاهات فكلما كان الفرد متحيزاً فى اتجاهاته زادت درجة توهم المعرفة لديه ويذهبان أيضاً إلى أن توهم المعرفة يوجد فى الجماعات الكبيرة التى لا يوجد بها اتصال داخلى مباشر .

وسائل الإعلام كأحد أسباب حدوث توهم المعرفة :

تؤكد اليزابيث نوبل نيومان (1991) على الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى خلق ظاهرة توهم المعرفة فمن وجهة نظرها أن الاتجاهات والميول السياسية للإعلاميين والتى هى عادة إما ليبرالية أو يسارية يتم عكسها فى وسائل الإعلام وهذه تشكل مناخاً لا يكشف عن التوزيع الحقيقى للرأى فى المجتمع

Modle a Climat That Doesn't Reveal The Actual Distribution of Opinion In Society

وجهة النظر ذاتها سبق أن أشار إليها الباحثون أصحاب التوجه النقدى فى دراسة وسائل الإعلام Critical Approach The Media ومنهم بيتر جولدنج (1981) وستيوارت هال (1982) فمن وجهة نظرهما أن هناك تحيزات تحدث بصفة منتظمة فى وسائل الإعلام وهذه التحيزات مبعثها الحدود واللوائح الروتينية المنظمة Organizational Constraints And

Routines وكذلك الممارسات الوظيفية للإعلاميين وهذه العوامل تؤدى دوراً ثنائياً .

فمن ناحية تعمل وسائل الإعلام على دعم وترسيخ النظام الاجتماعى القائم والأعراف الاجتماعية الأساسية .

ومن ناحية أخرى تبالغ وسائل الإعلام فى تقديم وإبراز ما هو خارج عن العرف (مثل الأحداث والجماعات ووجهات النظر التى تكون غير متوقعة أومتطرفة أو مثيرة للغضب) وعلى سبيل المثال فإن تركيز وسائل الإعلام على نشاط بارز لجماعة أقلية والمبالغة فى تغطية هذا النشاط قد يؤدى إلى تكوين مدركات متحيزة لدى الأفراد .

وعندما لا تكون اتجاهات الأفراد متبلورة تبلوراً كاملاً فإن هذه المفاتيح التى تقدمها وسائل الإعلام تصبح الأساس الذى تبنى عليه التوقعات الخاطئة التى تؤدى إلى حدوث توهم المعرفة .

على أن دور وسائل الإعلام لا يكون قاصراً فقط على إحداث هذه الظاهرة وعلى تعميق وجودها فى المجتمع فمن وجهة نظر كاتز (1995) أن وسائل الإعلام يمكن أن تلعب دوراً تنويرياً Enlightening عندما تكشف عن التوزيع الحقيقى للرأى فى المجتمع وأنها يمكن أن تكون عاملاً على كسر حدة ظهور توهم المعرفة فى المجتمع أو على الأقل تثبيت الحالة الراهنة للظاهرة .

معنى ذلك أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون عاملاً على تعميق وجود الظاهرة فى المجتمع عندما لا تعكس الواقع بدقة وعندما تقدم معلومات مشوهة وقد تكون عاملاً على كسر حدة ظهور ظاهرة توهم المعرفة وتلاشيها عندما تقوم

بدورها التنويرى وقد تصبح عاملَ تثبيت للظاهرة عندما تختلط فيها المعلومات الدقيقة والمعلومات المشوهة .

المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بظاهرة توهم المعرفة :

ويمكن الإشارة إلى هذه المقاربات على النحو التالى :

(1) المقاربات والنماذج والفرضيات المفسرة لكيفية حدوث الظاهرة:

أ- نظرية تأثرية الآخرين Third Person Effect :

تعود جذور نظرية تأثرية الآخرين إلى عالم الاجتماع الألمانى فيلبس دافيسون (1983) وينظر بعض الباحثين إلى هذه النظرية باعتبارها منظوراً مبتكراً وجديداً فى دراسة الرأى العام كما يشير البعض إلى كون فروضها جذابة جداً وإلى كونها مدخلاً رئيسياً لقياس تأثيرات وسائل الإعلام .

وينص الفرض الأساسى الأول لهذه النظرية على أن الأفراد يبالغون فى تقييم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين بحيث يعتقدون أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون على الشخص الأول ولا عليك (الشخص الثانى) وإنما عليهم (الشخص الثالث) أو الأشخاص الآخرين .

أما الفرض الأساسى الثانى فيشير إلى أن الأفراد نتيجة لهذا الموقف الإدراكى سوف يتخذون موقفاً ويقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام .

ب- فرضية الاتفاق (الإجماع) الزائف False Consensus Effect :

توجد مصطلحات أخرى متعددة تشير إلى هذه الفرضية منها فرضية

الارتباط الوهمى (الخادع) Illusion Coreelation وفرضية التحيز الناتج عن مركزية الأنا Ego- Centric Bias وفرضية الإسقاط الذاتى Disowning Projection وفرضية الإدراك الانعكاسى (المرئى) Looking Glass Perception – وكلها تعبر عن ميل الأفراد إلى المبالغة فى تقدير دعم المؤازرة لسلوكهم ولقيمهم ولاتجاهاتهم فالفرد يشعر أن الموقف الذى يتخذه يحظى بتأييد اكبر من الآخرين مقارنة بالموقف المعارض .

والأفراد الذين يمثلون الأقلية فى موضوع ما قد يبالغون فى تقدير نسبة من يشاركهم الراى إلى حد الاعتقاد فى كونهم اغلبية ويذهب بعض الباحثين إلى ان الأفراد يبالغون فى تقدير اتفاق الآخرين معهم بهدف الشعور بالدعم الاجتماعى الموقفهم الأمر الذى يؤدى إلى دعم شعورهم بذواتهم Enhance . Self- Esteem

ج- فرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الإعلام **Hostile Media Effect**:

وتشير هذه الفرضية إلى أن الأفراد يميلون إلى النظر إلى تغطية وسائل الإعلام للقضايا الخلافية على أنها مضادة لوجهة نظرهم ، فالأفراد المنحازون إلى رأى معين يجدون أن التغطية الإعلامية مهماكانت درجة حيادها متحيزة ومعارضة لوجهة نظرهم ، ويعتقدون أن هذه التغطية سيكون لها تأثير ملحوظ على آراء الآخرين .

ففى دراسة أجراها روبرت فالون ولى روس ومارك ليبر (1985) عرض الباحثون شريط فيديو عليه تغطية إخبارية محايدة للصراع فى الشرق الأوسط وذلك على مجموعتين من الطلاب الفلسطينيين والإسرائيليين وأظهرت الدراسة أن كل مجموعة قد رأت التغطية الإعلامية متحيزة للطرف الآخر .

(2) فرضيات تتعلق بالنتائج المترتبة على الظاهرة :

أ- الانسياق وراء راى الأغلبية Bandwagen Effect :

ويحدث هذا التاثير عندما يبدأ الأفراد فى محاباة أو مناصرة الجانب الذى يعتقدون انه سيكون الجانب الفائز (المنتصر) فى قضية ما وذلك للاستفادة من المكافآت الاجتماعية Social Rewards الناتجة عن الوقوف بجانب المنتصر .

ب- التحول عن راى الأغلبية ومناصرة راى الأقلية(مناصرة الخاسر) Underdog Effect :

وهذه الفرضية مناقضة لسابقتها حيث تشير إلى أن المعرفة لدى الأفراد باتجاه الراى العام نحو قضية معينة يشجعهم على التفكير فى البراهين والحجج التى تصاحب الاتجاه السائد وهذا التفكير قد يدفع الأفراد مع الطرف الخاسر (اتجاه الأقلية) وإحساسهم بسوء حظ هذا الطرف .

(3) مقاربات نظرية حاولت الجمع بين الأسباب والنتائج :

أ- نموذج التوقعات (الاستنتاجات) المستمدة من وسائل الإعلام Persuasive Press Inference :

يشير هذا النموذج إلى انه فى القضايا التى تحظى باهتمام عام يتجه الأفراد نحو وسائل الإعلام ويكونون من خلالها بعض الانطباعات عن هذه القضايا ثم فى خطوة لاحقة يستنتج الأفراد ويشيرون إلى تغطية وسائل الإعلام غير مشابهة للطريقة التى أدركو بها الحدث (القضية) وذلك لأن هذه التغطية مشوهة Slant ولأن الأفراد يفترضون ان الآخرين سيتعرضون لهذه

التغطية (قانون الأعداد الصغير) وانهم سيتأثرون بها اكثر منهم (نظرية تاثرية الآخرين) لذا فإن مدركات الآخرين عن الحدث ستكون مشابهة ومتوافقة مع إطارها المتحيز Biased المقدمة به فى وسائل الإعلام .

ب- نظرية دوامة الصمت Spiral of Silence :

يقوم الفرض الأساسى للنظرية على ان الأفراد نتيجة خوفهم من العزلة الاجتماعية فإنهم يلتمسون التعرف على مناخ الراى العام فى محاولة للتوحد معه وفى حالة اختلاف توجهات الرأى العام عن توجهاتهم فإنهم عادة ما يخفون وجهة نظرهم ويؤثرون الصمت خوفاً من فرض العزلة الاجتماعية عليهم .

وتشير إليزابيث نوبل –نيومان (1991) إلى ان الفرضية السابقة تقوم على خمسة افتراضات فرعية :

- المجتمع يهدد الأفراد المنحرفين عن سياقه العام Deviants بالعزلة .
- الأفراد يعايشون شعور الخوف من العزلة باستمرار .
- الشعور بالعزلة يجعل الأفراد يلتمسون ويقيمون مناخ الراى العام فى كل الأوقات .
- تؤثر نتيجة هذا التقييم على السلوك العلنى للأفراد خاصة عندما يطلب منهم إعلان رايهم بشأن قضية جذابة .
- تعتبر العمليات الأربعة السباقة مسئولة عن تشكيل الرأى العام عن تغييره .

(4) فرضيات وأوهام عامة مسببة للظاهرة وناتجة عنها (متفاعلة معها):

أ- التحيز المبنى على قانون الأعداد القليلة **Law Of Small Numbers Bias**:

تشير هذه الفرضية إلى أن الأفراد لديهم الرغبة فى وضع استنتاجات وأحكام قوية بناء على كميات قليلة وغير كافية من البيانات فمثلاً قد يعتقد الأفراد أن ما يتعرضون له من أخبار هو نفس ما يتعرض له الآخرون ، ووفقاً لهذا القانون فإن الأفراد يكوّنون أحكاماً عن القضية العامة The General Case بناء على خبراتهم الذاتية حتى ولو كانت هذه الخبرة قاصرة أو محدودة .

ب- التحيز المبنى على خطأ النسبة (التصنيف) **Attribution Bais**:

ويسمى أيضاً Actor –Observer Bais ويشير إلى الأفراد يميلون إلى إدراك الآخرين باعتبارهم يتصرفون وفقاً لخصائص مزاجية Dispositional Attributions أما تصرفات الأفراد أنفسهم فتأتى استجابة لخصائص موقفية Situational Attributions (أنا أشرب الخمر لأن الخمر مهدئ وهم يشربون الخمر لأنهم يحبون طعمه) ، أنا أغش فى الامتحان لأن الظروف تضطرنى لذلك ، هم يغشون لأنهم مخادعون .

ج- تأثير الشعور بالتفرد الزائف **False Uniqueness**:

ويعنى الميل إلى المبالغة فى إدراك وتقدير درجة الاختلاف وعدم التشابه بين الأنا والآخر وذلك بسبب حاجة الأنا إلى الشعور بالتفوق والتفرد Uniqueness .

د- وهم تحفظ الآخرين **Conservative Bais**:

ويعنى ميل الأفراد إلى رؤية أنفسهم أكثر تحرراً وإلى رؤية الآخرين أكثر تحفظاً ومحافظة وذلك عندما يعلنون آراءهم .

الدراسات المرتبطة
بظاهرة توهم المعرفة

يمكن تقسيم الدراسات المتعلقة بظاهرة توهم المعرفة إلى ثلاث مجموعات وذلك على النحو التالى :

الدراسات التى ترصد وجود الظاهرة :

دراسة وارين بريد وتوماس كتسانيس (1961) وتتعلق بقضية التميز والتفرقة العنصرية Segregation ضد الزنوج وتم تطبيقهاعلى عينة من المسيحيين البروتستانت وتم ملء البيانات بريدياً وخلصت إلى أنه عندما يتبلور الرأى العام فى نظام اجتماعى معين تقل درجة توهم المعرفة لدى أفراد هذا النظام ويميل الرأى العام إلى أن يصبح متحفظاً .

وفى دراسة دانيال ايزنبرج (1980) عن مستويات تحليل ظاهرة توهم المعرفة Levels of Analysis of Pluralistic Ignorance Phenomena وتم تطبيقها على عينة من الطلاب الأمريكيين والإسرائيليين وخلصت الدراسة إلى أن ظاهرة توهم المعرفة تختلف باختلاف السياق الثقافى الذى تنشأ فيه الظاهرة وأنها قد ترجع إلى بعض التحيزات والأخطاء المعرفية certion Cognitive Biases .

وفى دراسة جين كارول جلين (1983) وتهدف إلى تحليل معتقدات الأفراد عن الآراء التى يحملها الآخرون فى نفس الجماعة وتم تطبيقها على عينة من البالغين فى مدينتى ماديسون وويسكنسن وخلصت إلى وجود ظاهرة توهم المعرفة لدى عينة الدراسة واشارت إلى أن الاختلاف بين رأى الفرد

Stated Opinion ومدركاته عن آراء الآخرين Perceptions of Others Opinions يختلف من شخص لآخر .

وفى دراسة ويللتس (1986) وتهدف إلى التعرف على مدى وجود ظاهرة توهم المعرفة فى مدركات الأفراد عن قضية الصراع بين الآباء والأبناء وتم تطبيقها على عينة من طلاب جامعة بنسلفانيا وكشفت عن وجود الظاهرة لدى الطلاب فيما يتعلق بهذه القضية ؛ حيث يرى الطلاب أن الآخرين يعانون من قدر كبير من الصراع مع الآباء أكثر مما يعتقدون أنهم يعانونه مع أسرهم .

وفى دراسة ديل ميللر وكاتى ماكفارلاند (1987) وخلصت إلى ان الأفراد يعتقدون أن لديهم من الخصائص الكافية للحكم الصحيح على الأشياء أكثر مما يملكه الآخرون وانهم يعتقدون أن الخوف من الإحراج يؤثر على سلوكهم أكثر مما يؤثر على سلوك الآخرين .

وفى دراسة أن مارى ماجور وأروين اتووود (1988) وهى عن ظاهرة توهم المعرفة فى مجال السياسة وتم تطبيقها على عينة من سكان هونج كونج حيث تم سؤالهم عن معتقداتهم بشأن الاتفاقية الموقّعة بين بريطانيا والصين بشأن عودة هونج كونج إلى السيادة الصينية بحلول عام 1997 وخلصت إلى وجود ظاهرة توهم المعرفة فيما يتعلق بهذه القضية .

وفى دراسة ديبوار برنتيش وديل ميللر (1993) وكانت تهدف إلى رصد وجود الظاهرة فيما يتعلق بتعاطى المواد الكحولية فى الحرم الجامعى وتم تطبيقها على عينة من طلاب الجامعات الأمريكية وخلصت إلى وجود ظاهرة توهم المعرفة حيث أشار الطلاب إلى انهم أقل ارتياحاً More Uncomfortable مع سلوكيات تعاطى المواد الكحولية فى الجامعة مقارنة بالطلاب الآخرين .

وفى دراسة أخرى للباحثين نفسيهما (1993) خلص الباحثان إلى أن ظاهرة توهم المعرفة ترجع إلى المدركات الخاطئة التى يكونها الأفراد عن التأثير النسبى للدوافع الإنسانية على تصرفاتهم وعلى تصرفات الآخرين وأن هذه المدركات الخاطئة تؤدى إلى الشعور الزائف بالاختلاف لدى الأفراد Illusory Feelings of Deviance .

وفى دراسة مارى ماجور (1997) وتم تطبيقها على عينة من سكان منطقة نيو مدريد سيسميك فى الولايات المتحدة الأمريكية وذلك عن معتقدات السكان بشأن زلزال من المتوقع حدوثه فى وسط الولايات المتحدة الأمريكية وأظهرت الدراسة أن هناك وجوداً للظاهرة فيما يتعلق بهذا الموضوع وأن قوة وجود الظاهرة يحكمها عاملان : الأول هو مدى اعتقاد الأفراد فى حدوث الزلزال ، والثانى فى إدراك الأفراد لمدى أهمية الحدث (قوة الزلزال) Importance .

وفى دراسة جاكوب شامير ومايكل شامير (1997) وتهدف إلى اختبار وجود الظاهرة فى عدد من المجالات السياسية والدينيةوالثقافية وذلك بالتطبيق على 24 قضية تشغل الرأى العام الإسرائيلى (على سبيل المثال قضايا متعلقة بالصراع العربى الإسرائيلى مثل الأرض مقابل السلام والتفاوض مع منظمة التحرير الفلسطينية وإرجاع الجولان إلى سوريا وقضايا دينية مثل لعب كرة القدم يوم السبت ..) وبلغ حجم العينة 808 إسرائيلى وخلصت الدراسة إلى أن قلة المعلومات حول قضية ما يقل من درجة وضوحها Visibility ومن ثم يحدث بشأنها توهم المعرفة وهو ما حدث فى القضايا موضع الدراسة .

وفى دراسة انيجو او جارتى وآخرين (1998) وتم تطبيقها على 118 إسبانياً تتراوح أعمارهم من 14 – 56 عاماً وذلك حول اتجاهاتهم الشخصية

ومعتقداتهم عن اتجاهات الآخرين فيما يتعلق بالغجر Gypsies فى إقليم الباسك بإسبانيا وخلصت الدراسة إلى وجود الظاهرة فيما يتعلق بهذه القضية حيث يرى أفراد العينة أنهم أكثر تسامحاً مع الغجر مقارنة بالآخرين .

وفى دراسة اندرو هابيس وآخرين (2001) وتم تطبيقها على مرحلتين وذلك على قضايا مثل اتجاهات الأفراد نحو السماح بالإجهاض فى الشهور الأولى للحمل ، تحليل الدم لاكتشاف الإيدز والكبد الوبائى قبل الالتحاق بالجامعة ، وضع قيود على بعض المضامين على شبكة الانترنت وخلصت الدراسة فى مرحلتيها إلى وجود الظاهرة فى مثل هذه هذه القضايا .

الدراسات التى تحلل الميكانيزمات النفسية الاجتماعية المرتبطة بالظاهرة :

دراسة ليندا بيرلوف وفيليب بريكمان (1982) وأخضعت للتحليل بعض الأخطاء الإدراكية والتحيزات التى تؤدى إلى إدراك التشابه Biases of Perceptions of Similaryity ومنها :

- وهم الإجماع (الاتفاق الزائف) False Consensus
- وهم التفرد False Uniqueness

وخلصت الدراسة إلى وجود ارتباط بين هذه الميكانيزمات والعمليات النفسية من ناحية وظاهرة توهم المعرفة من ناحية أخرى .

وفى دراسة تايلور (1982) وهدفت إلى رصد وتحليل العلاقة بين ظاهرة توهم المعرفة ودوامة الصمت وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من 500 مفردة تم سؤالهم عن توزيع الراى العام بشأن ثلاث قضايا بيئية وخلصت الدراسة إلى أن هناك تفاعلاً بين الظاهرتين توهم المعرفة ودوامة الصمت .

وفى دراسة ياسين لاشين (1984) وهدفت إلى التوصل إلى نظرية متكاملة للرأى العام باختبار فروض نظرية دوامة الصمت والافتراضات المتعلقة بتوهم المعرفة ، ووهم الاتفاق الزائف وذلك على عينة مكونة من 391 مفردة وخلصت الدراسة إلى أن عملية تكوين الراى العام ليست بالبساطة التى تقدمها نظرية دوامة الصمت وأن هناك متغيرات عديدة تتفاعل لتشكيل الراى العام وأن النظرية لا تثبت فى كل القضايا تحت كل الظروف .

دراسة برين مولين وآخرين (1985) وهى دراسة تحليلية من المستوى الثانى Analysis لـ 115 اختباراً لفروض تم إجراؤها على فكرة الإجماع أو الاتفاق الزائف وخلصت الدراسة إلى وجود دلالة إحصائية مرتفعة لوجود الفكرة وأن هناك تجانساً وتناسقاً بين النتائج لا سيما فى علاقتها بتوهم المعرفة .

وفى دراسة جلين ورونالد اوستمان (1988) واخضعت للتحليل الافتراضات المتعلقة بالتأثيرات غير الشخصية Impersonal Impact Hypotheses وتأثرية الآخرين Third Person Effect وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها 285 فرد وخلصت إلى أن هناك اعتقاداً لدى الأفراد بأن الآخرين أكثر عرضة للتأثر للانسياق وراء الراى العام منهم .

وفى دراسة إدوارد كيولينى (1990) وهدفت إلى ربط ظاهرة تعاطى المواد الكحولية ببعض الأبعاد النفسية والاجتماعية مثل الشعور بالعجز Helplessness واختبرت علاقة توهم المعرفة بوهم التفرد الزائف False Uniqueness وأشارت النتائج إلى أن الأفراد ينسبون لأنفسهم دوافع تعاطى المواد الكحولية لا ينسبونها للآخرين وذلك بسبب شعورهم بالتفرد .

وفى دراسة تامارا كاى بالدوين (1990) واخضعت للتحليل الفروض المتعلقة بتأثرية الآخرين والإجماع او الاتفاق الزائف ، وخلصت الدراسة إلى أن 60 ٪ من عينة الدراسة لديهم وهم الإجماع الزائف وأنهم يشعرون أن الآخرين اكثر قابلية للتأثر مقارنة بهم وبصفة عامة فإن هناك علاقة بين توهم المعرفة وتأثرية الآخرين والإجماع الزائف.

وفى دراسة جاكوب شامير (1993) واختبرت ظاهرة توهم المعرفة فى علاقتها بوهم الإجماع الزائف والميل إلى المحافظة Conservative Bias فى مقابل الميل إلى التحرر Liberal Bias وخلصت الدراسة إلى أن ظاهرة توهم المعرفة لا توجد فى كل القضايا وأن هناك العديد من الميكانيزمات النفسية الاجتماعية التى تعمل مستقلة عن الظاهرة .

الدراسات التى ترصد الظاهرة فى إطار علاقتها بوسائل الإعلام :

فى دراسة يونج سون بارك (1985) وتهدف إلى اختبار دور المتغيرات الاتصالية فى تكوين العلاقة بين رأى الفرد الشخصى وإدراكه عن رأى الأغلبية حول قضية معينة كما تهدف إلى التعرف على دور وسائل الإعلام فى تكوين الآراء الدقيقة لدى الأفراد ، وخلصت الدراسة إلى أن طبيعة العلاقة بين إدراك الرأى الشخصى وإدراك رأى الآخرين تتوقف على عوامل مختلفة منها طبيعة القضية مدة التغطية الإعلامية للقضية طريقة معالجة وسائل الإعلام للقضية .

وفى دراسة وليام وآخرين (1995) وتهدف إلى قياس اتجاهات الجمهور نحو حرب الخليج الثانية ودور وسائل الإعلام فى تكوين هذه الاتجاهات وتم تطبيق الدراسة على عينة من سكان New Castle Country وخلصت

الدراسة إلى أن مدركات الجمهور والرأى العام عن حرب الخليج لم تكن دقيقة وكانت متحيزة تجاه تأييد الحرب وأن التغطية الإخبارية للحرب قد أثرت على مدركات الرأى العام تجاهها وتسببت التغطية فى ظهور توهم المعرفة إذ كان إدراك الأفراد لمدى تأييد الآخرين للحرب أكبر مما كان موجوداً فى الواقع .

فى دراسة آن سوك كيم (1996) وتهدف إلى قياس تأثير السلوك الاتصالى Communication Behavior للفرد وتأثير وسائل الإعلام على اتجاهات الأفراد نحو بعض القضايا البيئية وأشارت إلى أن المبحوثين الذين ادركوا بدقة آراء الآخرين واعتبروها مطابقة لأرائهم Looking –Glass Majority كانوا اقل احتمالاً لمشاهدة التليفزيون واستماعاً للراديو فيما يتعلق بالمواد البيئية ولكنهم كانوا أكثر استخداماً للاتصال الشخصى ولم يثبت الدراسة الفرض القائل أن المبحوثين الذين قدروا بصورة غير دقيقة أهمية القضايا البيئية بالنسبة للآخرين اشاروا إلى أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على الآخرين مقارنة بهم .

وفى دراسة البرت جانثر (1998) وتهدف إلى اختبار نموذج الاستنتاجات المستمدة من وسائل الإعلام The Persuasive Press Influences وخلصت إلى صحة الفرض القائل أن الأفراد يميلون إلى تقدير اتجاهات الرأى العام بناء على قراءتهم لاتجاهات التغطية الإعلامية وأن هذه القراءة تؤثر على اتجاهاتهم الشخصية ، وتشير الدراسة إلى أنه على الرغم من احتمالية أن يعتمد الأفراد فى بناء أحكامهم عن توجهات الرأى العام على مصادر عدة ، فإن وسائل الإعلام لها دور كبير فى معظم الحالات التى تمت دراستها .

وفـى دراسة البرت جـانثر وستيلا تـشياه (2001) وتهـدف إلى اختبـار فرضية التغطيـة المتحيـزة لوسـائل الإعـلام Hostile Media وتاثيرهـا علـى ظـاهرة تـوهم المعرفـة وذلـك بـالتطبيق علـى قـضية خلافيـة وهـى اسـتخدام الحيوانات الأولية Primates فى التجارب المعملية وافترض الباحثان ان الأفراد على جانبى القضية سوف يجدون أن التغطية الإخبارية غير متوافقة نسبياً مـع وجهـة نظـرهم وبـسبب إدراك تحيـز الوسـائل الإعلاميـة Media Slant فـإن الأفـراد سـيتجهون إلى تكـوين اتجاهـات عكسية وقـد اثبتـت نتـائج الدراسـة هـذا الفرض .

الفصل السابع

الإعلام وتأثيره على الرأى العام

الإعلام وتأثيره على تكوين الراي العام

يبدو عنوان الموضوع المطروح للحوار متعارضاً جذرياً مع مجريات الواقع بل ومتناقضاً مع الظواهر والممارسات المحيطة بنا وانعكاساتها على واقعنا وحياتنا اليومية وعلاقاتنا مع الآخر، فقبل سنوات قليلة كان العالم يتفاخر بثورة الاتصالات وتأثيرها الإيجابي على مستقبل البشرية، وكيف تحول العالم إلى قرية صغيرة يمكن من خلالها أن تتفاعل الشعوب وتتبادل ثقافاتها وثمرات حضاراتها المتنوعة لجهة التطور والتحديث• وانعكست التطورات المتلاحقة لثورة التكنولوجيا على حياتنا بصورة متسارعة فزاد التفاعل وصارت عملية تبادل المعلومات والتفاهم واحدة من أهم مميزات تلك المرحلة والتي عكست نفسها فى إنجازات سياسية مذهلة كانت حلماً غير قابل للتحقق لدى الكثير من دوائر صانعي القرار فى العالم خصوصاً فى اثنتين من أكبر المعضلات التي شهدتها الإنسانية فى تاريخها الطويل الممتد لقرون مضت•

فلم يكن إنهاء سياسة الفصل والتمييز العنصري واستتباب الديمقراطية وحقوق الإنسان فى جنوب أفريقيا أو الاتفاق التاريخي، فى أوسلو وتداعياته، فى تصافح رئيس الوزراء الاسرائيلي الأسبق إسحاق رابين والزعيم الفلسطيني ياسر عرفات إلا واحدة من ثمرات التقارب الدولى التي جاءت انعكاساً لرغبة بشرية فى الاستفادة من ثورة الاتصالات وانعكاساتها المجتمعية لجهة ترسيخ مبدأ التعايش والتعاون بين الشعوب - واستخدام ثمرات هذه الإنجازات لصالح رفاهية المواطن وتنمية مداركه وثقافته.

وليس من قبيل الاستطراد التأكيد على الصلة الوثيقة بين التطور التكنولوجي وزيادة دور الإعلام فى نشر القيم أو تعميق المفاهيم والثقافات الحديثة فى شتى صورها ومعانيها السلبية منها أو الإيجابية بعد أن باتت عملية الاتصال بين الشعوب تتم فى سهولة ويسر بعيداً عن أعين الرقيب أو سلطة الدولة التي كانت قائمة فى المنح أو المنع.

وإذا كانت وسائل الإعلام فى مقدم قائمة المستفيدين من تلك الإنجازات البشرية الهائلة وتحول دورها من التأثير المحلي إلى القدرة على تحريك مشاعر الشعوب تجاه قضية كانت يوماً ما بعيدة عن إدراكها بحكم التباعد الجغرافى، فإنها - وسائل الإعلام - تحولت فى الوقت ذاته إلى قوة يمكن لها أن تساعد على الدمار وتزيد التباعد بين الشعوب والثقافات المختلفة بعد أن تنبهت الدول والحكومات لأهميتها فمنحتها أهمية أولى فى محاولة تطويعها والسيطرة عليها لاستخدامها فى تحقيق مصالحها السياسية.

لقد بلغت التقنيات الحديثة فى مجالات الاتصال والإعلام والمعلومات مدى غير محدد فاختزلت الزمان والمكان وأصبحت عملية التأثير والتأثر الكونية أبسط مما يتخيل أحد - ولم يعد بمقدور كائن ما كان مهما كانت إمكاناته الذاتية أن يعيش بمعزل عن حركة الحياة العالمية المتسارعة بكل أبعادها وآفاقها.

الواقع ... تسامح أم كراهية؟ تمثل وسائل الإعلام واحدة من أخطر أساليب الاتصال الجماعي التي عرفتها البشرية وتتضح خطورتها فى كونها أسرع وسيلة إعلامية لتوصيل المعلومة إلى الإنسان فى أي مكان وبيسر ومن دون عوائق، فالكلمة تصل له أينما وجد سواء فى البحر أو الجو أو الصحراء* وتعتبر وسائل الإعلام قديماً وحديثاً المدرسة العامة التي تتجاوز عمل المدرسة التقليدية

فتقرب بين الناس وتعدل فى سلوكهم وتخلط ثقافاتهم وتسهم فى تبادل المعرفة والمعلومات لتبلور الصورة الحضارية النهائية للتجمع البشري.

وتعد وظائف التربية وتوجيه السلوك واحدة من الأهداف والنتائج على حد سواء لوسائل الإعلام التي تسهم فى تغيير انماط السلوك والاتجاهات العامة فى المجتمع من خلال نوعية المادة الإعلامية المرسلة للجمهور المستقبل، وكل ذلك فى إطار مدى ملاءمة هذه المادة إما لأهداف الموجه لها أو لطبيعة الجمهور المستقبل لها.

من هذه المعاني الأساسية يمكن فهم ما قد تلعبه وسائل الإعلام من أدوار إيجابية أو سلبية فى طبيعة العلاقة بين الشعوب وإثارة روح التسامح أو تعميق مشاعر الكراهية، فلقد أفرزت الثورة المعلوماتية والتكنولوجية والأوضاع السياسية على الساحة الدولية ظروفاً غير مواتية كان لها تأثيرها السلبي الضار على الحوار الإنساني بين الشعوب والحضارات والديانات - زاد من تفاقمها حدة الصراعات السياسية والاقتصادية وظهور شبح الحرب فى العديد من المناطق كنتيجة طبيعية لتداعيات هذه الأجواء السلبية.

ومما زاد من مفاقمة تلك الأوضاع أدوار سلبية لعبتها وسائل إعلام فى سياق دورها بتوجيه السلوك العام للمتلقي بعد أن خضعت بعض هذه الوسائل للسيطرة الحكومية أو انحازت لفكر أو هدف سياسي على حساب قيم ومبادئ ترسخت لسنوات طويلة فرددت دعاوى كاذبة مغلوطة عن حتمية الصدام بين الثقافات وعن ضرورات الصراع بين الحضارات.

وللتدليل على ذلك نسترجع احتفاء وسائل إعلام غربية بكتاب المفكر هنتنجتون عن "صدام الحضارات" والترويج الإعلامي الواسع لما تضمنته هذه

الأفكار من تأصيل لمعاني مناواة الإسلام للحضارة الغربية وحتمية الصراع والصدام بين الجانبين أو سيادة حضارة الغرب بعد انهيار بقية الحضارات.

وليس ببعيد عنا ما أسفرت عنه هذه الحملات الترويجية من تداعيات ونتائج ساهمت فى تأجيج صراع كان ينتظر اللحظة المناسبة للانطلاق، وبدلاً من محاصرته أُفسح له المجال فاتسع نطاق أعمال العنف والإرهاب وتزايدت مشاعر الخوف والقلق والترقب واتسعت الفجوة بين الآراء والأفكار وتعمقت هواجس محاولات الهيمنة الثقافية وتلقفت تيارات سياسية يمينية غربية عاتية هذه الرياح لتحيلها إلى عواصف مدمرة تسد طريق الانسياب بين الشرق والغرب من ناحية وتحقق أهداف الهيمنة والسيطرة وممارسة غطرسة القوة من ناحية أخرى وفعلت ذلك وهي تتستر بمبادئ العلمانية وفى حقيقتها تتدثر بأثواب التطرف الديني لتمرير طموحاتها.

وما أقرب ملف الأسلحة النووية العراقية إلى الأذهان فى الحديث عن دور الإعلام الدولي فى تأجيج الصراع بين الشعوب لتحقيق أهداف سياسية محددة لصالح قوة بعينها، لقد رددت أجهزة ووسائل إعلام كبرى دعاوى كاذبة مغلوطة فى هذا الملف وغلفتها بأغلفة جذابة تحت شعارات تدمير أسلحة الدمار الشامل لحماية البشرية والإنسانية والدفاع عن الديمقراطية وحقوق الإنسان، وسيان كان ذلك بوعي أو من دون وعي فالنتيجة العملية ما نراه الآن من كذب هذه الدعاوى والتي أسفرت عن تأصيل وتأكيد فكرة السيطرة والاعتداء على قيم ومبادئ حقوق الإنسان وإثارة النعرات ومشاعر الكراهية بين الشعوب وتعميق روح العداء بدلاً من التسامح لدى أجيال جديدة ربما لم تظهر بعد على مسرح الحياة.

كما يصعب استبعاد الإشارة إلي دلالات وتداعيات مجزرة 11 أيلول - سبتمبر العام 2001 البشعة فى الولايات المتحدة والتي قضى فيها الآلاف دون ذنب أو جريرة اللهم إلا تبعية جنسياتهم لدولة رأت بعض التنظيمات والقوى المتطرفة فيها عدواً يجب محاربته تحت وهم القضاء عليه وما استتبع ذلك من ويلات تبدت فى انعكاسات دراماتيكية متسارعة ومذهلة تبدلت فيها الأوضاع الدولية ناحية التردي والتراجع عما تحلم به البشرية فى عقود سابقة• وإذا كان البعض يعتبر ذلك التاريخ حداً فاصلاً بين مرحلتين إلا أن المعطيات السابقة على أحداث المجزرة الإرهابية تشير فى جانب منها إلى مسؤولية القائمين على شؤون المعتدى عليه فى المساهمة بتأجيج الصراع عبر وسائل عديدة منها ما هو مادي ملموس ومنها ما هو معنوي - وهو الأخطر- عبر وسائل الإعلام بالترويج لأفكار جديدة عكست توجهاً أيديولوجيا استهدف حماية مصالح الدول الكبرى فى مرحلة ما بعد انتهاء عصر القطبين واستقرار الأوضاع لصالح القطب الواحد.

فوسائل الإعلام المختلفة كانت دوماً هي الأداة الرئيسية ورأس الرمح المتقدم، إما فى وجه شطحات وتطرف الحكومات وسياساتها المدمرة لحقوق الشعوب ومصالحها، كما كان الحال فى الستينات والسبعينات إبان الحرب الأميركية فى فيتنام والاحتلال الأمريكى فى العراق وحرب الكويت ، وإما فى الترويج لأفكار الكراهية والتمييز العنصري بين الشعوب كما يفعل البعض الآن لتمرير أفكار ومبادئ تستهدف السيطرة والإهدار الفعلي والعملي لحق الشعوب فى الحياة تحت زعم حماية حقوق الإنسان.

وإذا كان من غير الجائز عملياً الحديث عن مسؤولية أحادية عن أسباب الظاهرة فإن محاولات فهم ما يدور حولنا تقتضي منا النقد الذاتي "وليس جلد

الذات" وتلمس الثغرات فى وسائلنا وأدواتنا الإعلامية وتحديد السلبيات التي نعيش فيها من أجل تحقيق التكامل المطلوب لرصد حقائق الأوضاع قبل التنكير فى التعاطي مع المعطيات المطروحة لبلورة وسائل جديدة تستهدف تغيير الواقع والخروج من المأزق الراهن الذي تعيشه البشرية.

وبادئ ذي بدء كيف نتصور دوراً إيجابياً لوسائل إعلام خاضعة للسيطرة الحكومية ومكبلة بقيود وقوانين وأوضاع موروثة من عشرات السنين ترجع إلى عهود الاستعمار السحيق وما قبل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية، وكيف نعتقد فى جدوى وسائل إعلام انشئت لمساندة الحاكم وتحويل اخطائه إلى إنجازات تاريخية، وكيف نعتقد فى إمكان تعميق مفاهيم ومبادئ التسامح والعدل والمساواة مع الغير ونحن عاجزون عن إقناع المتلقي بذات المعاني والأفكار فى واقعنا المحلي.

كيف نطالب بدور لوسائل الإعلام فاقدة القدرة على نقد الأوضاع وتصويب المسار وتصحيحه وقصرت دورها على تلقي التوجيهات وتحويلها إلى مواد مرسلة للمتلقي لصوغ وجدانياته وثقافته ووعيه فى الاتجاه المحدد المطلوب حتى ولو كان متعارضاً مع حقائق الأمور ، ووسائل إعلام صاغت لنفسها خطوطاً حمراء بعد أن قنعت بدورها فى التلقي والتمرير والتوجيه بدلاً من البحث والتفاعل والتنوير.

كيف يتأتى الحديث عن دور لوسائل الإعلام فى ظل خرق واضح لمبادئ وقواعد الإعلام الحر وإعلاميين يعانون من نصوص قانونية ومواد مكبلة للحريات وعقوبات مغلظة لا تستهدف صون الأدوات المقدسة من الزلل قدر ما تستهدف حصارها ومنعها عن دورها الجوهري فى البحث عن الحقيقة ونقد الواقع ففقدت المصداقية والثقة لدى المتلقي بعد أن باتت لا تعكس حقيقة ما

يدور قدر ما تسعى إلى تبرير ما حدث دون سند أو منطقية وساءت صورتنا أمام المجتمع الدولي الذي بات هو ايضاً يتعامل بهامشية شديدة واستخفاف وتهكم على مضمون خطابنا الإعلامي.

ورغم ذلك فلقد دأب إعلامنا على التأكيد مراراً وتكراراً على مخاطر الإرهاب ومخاطبة العقلاء والحكماء فى كل حضارة وثقافة عن ضرورة التواصل والتفاعل بدلاً من التنافر والتطاحن، والتحذير من خطورة عدم فهم الأسباب الحقيقية لظاهرة العنف والإرهاب والتعرف عليها لمواجهتها واجتثاث جذورها - لكن كثيراً من هذه الدعوات والصيحات ذهبت سدى فى "حوار الطرشان" الذي ساد عالم ما بعد 11 أيلول - سبتمبر وفى ظل مبادئ الكيل بمكيالين التي رسختها القوى العظمى فى تعاطيها مع ملفات الأزمات الإقليمية.

إن ما تشهده المنطقة العربية الآن من بوادر أجواء جديدة تسعى إلى تحسين الواقع الديموقراطي مازالت فى إطار المبادرات المطلوب تشجيعها لكنها لا ترقى إلى المستوى المنشود لاستعادة الإعلام نفوذه ودوره المستقل وتتطلب المزيد من الخطوات التشريعية والإجرائية والسياسية التي تتيح منفذاً أوسع للخروج من المأزق التاريخي الذي نعيشه بعد أن تسببت أجواؤنا والجانب السلبي من ثقافتنا الموروثة فى حصارنا، ولعبت وسائل إعلام دولية ذات القدرة الجبارة دوراً أساسياً فى تعميق التناقض وتوسيع دوائر الصراع لتحقيق أغراض سياسية محددة.

لقد أصبح الإعلام العربي فى مسيس الحاجة لصوغ استراتيجية جديدة تقوم على مبادئ الاستقلال والتنوير والديموقراطية بعد أن أزالت السماوات المفتوحة بالأقمار الاصطناعية والفضائيات الحدود المصنوعة بيننا وبين أنحاء العالم استراتيجية تقوم على تجسيد معاني التقدم وقيم التطور بمنهج علمي

يؤثر فى القرار ويصوغ ضمير ووجدان الرأي العام ناحية التفاعل والتعاون الإيجابي وتجنب مساحات الخلافات - فالتحديات التي تواجه البشرية الأن لا يمكن الاستهانة بها أو التقليل من شأنها واهميتها ولا يمكن مواجهة هذه التحديات إلا بتغيير الاستراتيجية الإعلامية من خلال مراجعة الكثير من الأفكار والمسلمات والأولويات وتعلم شجاعة مواجهة النفس وعدم الانكفاء على نقد الأخر والاكتفاء بتحميله المسؤولية .

•رؤى مستقبلية:

تتمثل البداية دوماً فى تحديد منهجيات العمل لخدمة متطلبات الواقع وما أحوجنا هنا إلى الهروب من منطق "الدونية" وتخلفنا عن الغرب بقياس أوضاعنا على ما بلغه من تقدم حتى ننهي إحساسنا بالتخلف والتعاطي مع الآخر من منطلقات جلد الذات أو تعذيب النفس فأزمة شيوع وتغلغل افكار العنف أو التطرف فى المجتمعات العربية ليست ظاهرة إقليمية قاصرة على منطقتنا إنما هي ظاهرة عالمية جاءت انعكاساً وتتويجاً لمجمل تفاعلات وتقاطعات عديدة شهدتها البشرية فى السنوات الأخيرة وتبدت فى صور عدة من أوروبا وأميركا وظهرت قوى سياسية دينية يمينية فى الولايات المتحدة، وبدا أن أوروبا التي فصلت بين الدين والدولة ورسخت مبادئ العلمانية فى طريقها لمواجهة جديدة مع قوى عادت للبروز مجدداً تتحدث بعنصرية وتدعو لمبادئ تقوم على سياسة التمييز، وبعض من هذه القوى يستند على خلفيات وترديدات دينية.

وإذا كنا ندعو الإعلام الغربي إلى التوقف عن الترويج لأفكار داعية للتمييز والتميز ونطالبه بالامتناع عن الانحياز غير القائم على اسس ومبادئ حق البشر فى الحياة - فقد آن الأوان لنطالب إعلامنا العربي باحترام عقول أبنائه وحقهم فى حرية الإبداع والتعبير عن الرأي وممارسة دوره الإيجابي فى مواجهة الظواهر السلبية العديدة التي تحيط بنا.

إن اخطر ما عكسته احداث 11 ايلول - سبتمبر لم تقتصر على تأجيج الصراع بين شعوب الغرب والمسلمين قدر ما كشفت عن انتقال عدوى التخلف الإعلامي من الشرق إلى الغرب والذي بدأ يمارس قدرا غير قليل من الترويج غير المبرر لمفاهيم العدوان والتمييز، وتعميم غير منطقي للاتهامات عن مسؤولية ما تعيشه البشرية الآن من أزمات وحروب وعنف، وإصرار - لا يبدو مصادفة - على الخلط بين عنف اتجاهات "إسلامية" وبين الدين الإسلامي فى مقابل التمسك بالتفرقة بين ما ارتكبته تنظيمات عنصرية أميركية وبين الديانة المسيحية أو بين ما تفعله سلطات الاحتلال الإسرائيلي فى فلسطين وبين جوهر ومضمون الديانة اليهودية.

لقد أصبح العالم فى مفترق طرق بعد أن بلورت الأحداث سيادة صراع بين قوى بغي وعدوان تنتمي إلى معسكر متعدد الأعراق والديانات وبين قوى تدعو للتسامح والتآلف بين البشرية تنتمي أيضا إلى معسكر متعدد الأعراق والديانات والجنسيات - وبات الإعلام هو الوسيلة الأقوى فى إدارة شؤون العالم واحتل مقدم جدول فى صراع السيطرة بين إدارات وحكومات العالم من جهة وبين تطلعات الشعوب إلى السلم والأمن من جهة أخرى.

إن الحديث عن دور للإعلام الدولي وأهميته فى نشر قيم التسامح فى العالم يقتضي إقرار ميثاق شرف دولي يتضمن مبادئ ثابتة لا حياد عنها تقوم على عدم التسامح مع العنف واعتماد لغة حضارية وخطاب جديد يحترم الراي والراي الأخر، يبحث عن جوانب الاتفاق لتوسيعها وتعميقها ويتحاور فى جوانب الخلاف لتضييق شقتها، وذلك فى إطار من حوار جدي ومسئول بين جميع الأطراف لا يقوم على توجيه الاتهام بل التعاون فى بحث الأسباب وسبل معالجتها، مع عدم تجاهل خصوصية معطياتنا الإقليمية التي تقتضي تعديل

القوانين بما يكفل الحريات الإعلامية وحريات النشر والتعبير والفكر والثقافة وذلك لتعديل موازين القوى فى العلاقة مع الغرب واحترام حقوق الإنسان وأعمال الديمقراطية.

فأجهزة الإعلام تحمل على عاتقها مسؤولية نابعة من الدور الكبير الذي تنهض به فى تشكيل الوعي الاجتماعي والسياسي والثقافي لرجال المجتمع ونسائه وللأجيال القديمة والجديدة وتوجيه هذا الوعي ناحية آفاق التقدم المنشود وتغيير الصورة السلبية التي ترسخت بفعل الزمن والتاريخ.

ولم يعد امام وسائل الإعلام من طريق سوى تعميق وتواصل مسيرة الحوار بين الثقافات والحضارات بديلا عن الصراع كمدخل رئيسي لتعميق التسامح والتآلف الإنساني فى مواجهة دعاة الصدام فالانعزال عن حركة الحياة والانكفاء على النفس وعداء الغير لمجرد الاختلاف الثقافي لن يجلب سوى الدمار ومزيد من تعميق روح العداء ولن يحقق سوى الخراب للبشرية.

وإذا كانت دعوات الحوار معادة ومكررة فى خطاب جميع الأطراف وعلى كل المستويات والأصعدة فمن الطبيعي أن تتحول الآن من مجرد نداءات ومبادئ إلى تصورات عملية وممارسة حقيقية من خلال منتديات مؤسسية يدار فيها الحوار بين الاتجاهات المختلفة لتوسيع وتعميق الخطاب المشترك وخلق الفهم الجديد المطلوب للخروج من الواقع الضيق إلى رحاب أوسع وتعزيز مفاهيم التضامن وروح التسامح والتعاون عبر قوالب وأشكال وأدوات إعلامية مشتركة تسهم في مواجهة ما يردده البعض عن الصراع والمواجهة والتصادم وذلك بدلاً من الأدوات الإعلامية الموجهة والساعية إلى فرض رؤية أحادية من طرف على آخر.

فما أحوج العرب والمسلمين الآن إلى تنقية كل ما يقدم إلى أبنائهم عبر وسائل الإعلام حتى يشب جيلٌ جديد قوي فى عقيدته متمسكٌ بمبادئ الإسلام السمحة الداعية إلى الألفة والمحبة والتعاون ، وما أحوج الغرب إلى إعادة النظر فى مفاهيمه وقناعاته عن العنف والإرهاب وأسبابها الحقيقية والعمل على اجتثاثها بإنهاء سياسات الترويج لروح العداء القائمة على التمييز والكيل بمكيالين والتبرير غير المقنع لسياسات العدوان ليضع الأسس ويثبت مصداقية الرغبة فى التعاون بدلا من استهداف الهيمنة والسيطرة.

وإذا ما تم بناء القيم الأخلاقية الجديدة بنجاح واستعادت هذه القيم شبابها فإن إعادة بناء جسر الثقة سيكون ممكنا وتأسيس مبادئ عادلة للحوار سيصبح واقعاً ينهي مرحلة< حوار الطرشان > ويعيد إلى فضيلة الاستماع وقارها وأهميتها، وهو ما يتطلب تكاملا بين الإعلاميين ووسائل الإعلام وبين قادة الفكر والسياسة والأدب والفن والثقافة لإقامة جسر التواصل مع الأفكار والرؤى البشرية الساعية إلى بناء مجتمع التعاون والتسامح بدلاً من أفكار التصادم والتصارع والترويج للعدوان بين الشعوب.

الصحافة :

ليست كل المواد الصحفية لها علاقة بالرأي العام وتنقسم إلى ثلاثة أقسام

أولاً: له علاقة بتوجيه الرأى العام مباشرة :

كالافتتاحية والأعمده والخطابات والمقالات السياسية و الاقتصادية والاجتماعيه والمساحات الإعلانية.

ثانياً: قسم له علاقة غير مباشرة:

مثل الطرائف والقصص التى تؤثر على الأخلاق سواء بشكل إيجابي أو سلبي وتؤثر على الرأي العام فيما بعد ومنها الزواج المثلي الذي بدأ ينتشر خلال الفترة الحالية فى أوروبا بحجة الحرية الشخصية تلك الاشياء التى لم يكن لها وجود فى المجتمع الأوروبى قبيل الحرب العالمية الثانية.

ثالثاً: قسم ليست له علاقة عادة بتوجيه الرأي العام:

كالبرامج والاجتماعيات والوفيات والنشرة الجوية ؛ وقد يكون هناك استثناء مثل الحملات على الغلاء والتسيب أو الحملات الإعلانية المدفوعة مثل إظهار العرب بالقسوة والشراسة مع أزواجهم مما جعل المجتمع الألمانى يرفض زواج النساء الألمان للذكور العرب وذلك فى عام1963.

والحملات الصحفية والأخبار تتأثر بعدة عوامل:

1. بعض الهيئات تلون الأخبار لمصالحها الذاتية .
2. المراسلين يضيفون استنالجاتهم على الأخبار
3. مكاتب التحرير لها لمساتها الخاصة
4. الجهة المالكة للصحافة.
5. والجرائد الصفراء تنشر الأحداث الفاسدة داخل المجتمع فقط بحجة الإصلاح وإن كانت تهدف لتخريب قيم المجتمع الثابتة مثل (نشر الفتنة الطائفية فى الإسكندرية فى منتصف اكتوبر2005) .

ونرى أن مهمة الصحافة تتلخص فى :

- الإيجابية (بعيد عن الأخبار الرخيصة) .
- تفسير الأحداث المهمة بصورة سليمة.
- التبسيط والسهولة في تناول المشكلة .
- رفع المستوى الفكري والثقافي للشعب .
- متابعة الأحداث والاهتمام بقضايا الشعوب وتأييد القيم الجميلة فى مجتمعاتها.

الإذاعة :

هى من أكثر الوسائل جذباً للمستمعين لسهولة توافرها حتى فى المناطق النائية ولا تلهى الإنسان عن عمله ويحرص على متابعتها كما أنها تنقل المعلومات والأخبار بسرعة ومن أهم المحطات التى تبث عليها وهىBBC وغيرها .

وتقوم الدول الكبرى بإنشاء محطات إذاعية للتأثير على الراي العام في مكان ما بمحطات إذاعية تبث الاغانى والترف وفى داخلها نشرات إخبارية تبث الأفكار التي تؤيد وجهة نظرهم وتفيد مصالحهم تهتم الإذاعة باختيار البرامج وأهمية القيم التى تروجها على المجتمع وبث روح الاهتمام المشترك للقضايا التى لابد أن يلتف وراأها الشعب والتفاف الشعب نحو قيادته ، لذلك نجد أنها مستهدفه حيث تجد أن هناك إذاعات موجهة للدول المعادية مثل راديو سوا \أو الاذاعه العبرية الجديدة.

أثر الاذاعة على الرأى العام القومي:

- تحقيق القدر الأقل من الفكر والقيم للدولة بما يسمح بتماسكه
- حفز الناس على مختلف ميولهم على مناقشة الأمور التي تهم دولتهم وتؤثر فيها.
- التخفيف من حدة العصبيات الإقليمية
- تثقيف الشعب وتوعيته وإشباع حاجته الفكرية .
- دحض الشائعات المحرضة فوراً والتصدي لها.

الإذاعة و الراي العام العالمي:

هناك نوع أبيض ويستهدف إعلام الشعوب الأخرى بمجهودات الشعب الداعى نحو تواصل البشرية وهناك نوع إثارة البلبلة والشك وكان النازيون أبرع أهل الأرض فى ذلك وأخطر هذه الإذاعات السرية التي لا يعرف من يديرها ومن يسيطر عليها وماذا ستفعل فى اللحظة الحاسمة وتسمى بالإذاعات الموجهة مثل الإذاعة المصرية التي وجهت للجزائر أو إلى الداخل أثناء حرب السويس 1956

وتعتمد شعوب الدولة النامية على الأخبار من الدول الكبرى مثل BBC , CNN وهذا خطر لأنها تعتمد على مصالحها لا مصالح البلد .

اقوى الإذاعات هي إذاعه الأعداء لأنه مسلية تجد أن الدول الغنية تجعلك تستورد الكثير منها ، لا توجد منظمة امية ولا عالميه تعتمد على تلك الشبكات ويمكن للإذاعة أن تقوم بدور خطير.

التلفزيون:

يوثق الصلة بين الشخصيات السياسية والجمهور ولكن كثرة ظهورهم خطأ لان الأشخاص قد يكتشفون خداع السياسي من ملامح وجهه وتعبيراته وهو واحد من اهم ملاعب المعارك الانتخابية لعرض برامج الأحزاب فى الانتخابات وفى الدول التي تحكم الدولة التلفاز يخصص عدد ساعات لكل حزب للدعاية عن نفسه لذلك يكون المرشحين والأحزاب الأثرياء هما الباقيين فى المعارك .

التليفزيون والراي العام العالمي:

يعتمد على تصدير البرامج الثقافية للخارج وفى الماضي كان نشاطه قليلاً لأن مجال التغطية له قليل أما حالياً ونحن فى عصر الأقمار الصناعية باتت سرعة انتقال المعلومات سريعة جداً وتكاد تتفق مع حدوث لحدث كما شهدنا لأول مرة حرباً مصورة فى حرب الخليج الثانية.

وسنرى مثلاً أن صورة العربي هو المجرم الارهابى القاتل فى نظر العالم حتى إن كان ضعيفاً وذلك بسبب تشبع الراي العام العالمي بالأكاذيب الصهيونية . وساعدت التكنولوجيا فى الغزو الثقافى فى عصر ما يسمى بالعولمة أو الكونية واندثرت ثقافات و رأينا حرباً تشن على العراق وتنتهي باحتلاله من خلال مسرحية درامية تليفزيونية إخراج إدارة بوش الابن حول الأسلحة النووية لنظام صدام حسين.

وأصبح علينا مواجهة الإعصار الفكري القادم من خلال رؤية إعلاميه متزنة تخاطب عقول شبابنا وابنائنا ولا نهاجم الآخرين بل نكون دعاة للسلام

والخير للبشرية لأنظار حرب وكلام فى الهواء لا جدوى منه إلا ضرب بلاد الإسلام .

ونأخذ انواع من الراي العام الذي ظهر نتيجة تطور وسائل الإعلام بشكل ملحوظ .

الراي العام الاليكتروني:

كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة (الإنترنت)؛ لتأخذ دورها فى المشاهدة والاطلاع من قِبَل كل من يملك أو يستطيع استخدام تلك الخدمة، والاطلاع فى الوقت نفسه على تلك القنوات التي يستخدمها الآخرون ليتكون ما نعرفه بـ"الراي الإلكتروني". هو كل (فكرة - اقتراح - راي – مشاركة) أو حتى لفظ اعتراض غاضب او نكتة تعبر عن توجه معين او تدافع عن أيدلوجية بعينها أو تنبع من تجربة شخصية سواء فردية أو جماعية لتصل إلى نتيجة سياسية عامة يتم توصيلها وفى هذه الحالة فالراي الإلكتروني يعبر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش. ولو عبرنا عن ذلك بالرقميات فإنه يوجد لدينا فى مصر ما لا يقل عن 2 مليون مستخدم لشبكة الإنترنت .

ويرتبط تكوين الراي العام الإلكتروني بمتغيرين أساسيين :

- مستوى التعليم.
- تواجد شبكة للاتصالات وخدمات الإنترنت المتوفرة.

ويرتبط بالمتغير الأول عدد من المتغيرات الفرعية؛ مثل عدد المدارس والجامعات والمعاهد العلمية، ومدى توفر ثقافة الإنترنت من خلالها، ومستوى

التعليم. أما المتغير الثاني فيرتبط بعدد خطوط التليفون ومدى قوة الشبكة الموجودة، إلى جانب عدد الشركات التي تقدم هذا النوع من الخدمة، وكذلك مقاهي الإنترنت او بصفة عامة الأماكن المتاحة للجماهير التي تقدم مثل هذا النوع من الخدمة (الإتاحة - المجانية - السرعة) .

وتوجد عدة وسائل وقنوات للتواصل من خلال الإنترنت :

1- البريد الإلكتروني :(E Mail)

يمكن الحصول على بريد إلكتروني مجانا او برسوم مالية بسهولة من خلال الكثير من المواقع على الإنترنت، مما يمكننا من التواصل مع الآخرين بمجرد معرفة البريد الإلكتروني، ويتم التواصل برسائل نصية وصور، وكذلك ملفات صوت وفيديو .

2- المجموعات :(Groups)

وهي منتشرة على الإنترنت، والاشتراك بها مجاني أيضا ويتم من خلال البريد الإلكتروني. والمجموعات تعبر عن فئة معينة لها نفس الاهتمامات ، أو تشترك فى صفة خاصة، فتوجد مجموعة (مرضى السكر - محبي فلسطين - مشجعي فريق كرة - محبي فنان أو لاعب)، كما توجد مجموعات ذات اهتمامات فكرية وعلمية وأخلاقية ودينية، وأيضاً مجموعات ذات توجهات عنصرية ولا أخلاقية، وهكذا...

3- المنتديات وساحات الحوار:

وهي بدورها منتشرة فى كثير من المواقع، والاشتراك بها أيضاً مجاني، ويمكن من خلالها التواصل والحوار والنقاش فى كثير من القضايا، إلى جانب

غرف الدردشة (chatting) ، وغير ذلك من البرامج المخصصة لهذا الغرض؛ ومنها برنامج(Mirc) ، وبالتوك (Paltalk) .

ومن خلال هذه الوسائل تتم عملية النقاش وتبادل الآراء والأخبار والصور والرسائل الصوتية وملفات الفيديو، والتعرف على المواقع المختلفة على شبكة الإنترنت الواسعة، والتي تنقسم من حيث التصنيف إلى (مواقع شخصية - مواقع تنتمي إلى مؤسسات - مواقع حكومية). وكذلك تتم عمليات استطلاع الآراء ونشر رسائل الاحتجاج، وجمع التوقيعات، إلى غير ذلك من وسائل متاحة الاستخدام من خلال تلك الشبكة .

ومن هنا يمكن الاعتماد على هذه المواقع في التعرف على الرأي العام الإلكتروني لجماهير هذه الشريحة من خلال التقارير والاستطلاعات التي تنبثق من نشاط هذه المواقع.

تأثيره :

رغم أن نشاط هذه الشريحة من الجماهير التي تمثل الرأي العام الإلكتروني ينحصر داخل هذا العالم التخيلي، فالأمر لا يتعدى وسيلة جيدة للتواصل والنقاش وتبادل الآراء أو لعمليات التثقيف ونشر الوعي ووسيلة من وسائل نشر مبادئ العولمة ومناهضتها وتحديها في الوقت نفسه، إلى غير ذلك مما يمكن أن نسميه "معارك الأدلجة"، كلٌ حسب رؤيته ومصالحه وأهدافه.

إلا أن الأمر تعدى مؤخرا ذلك الواقع التخيلي بتحول الشبكة إلى ساحة للفعل المدني والتعبوي فى أرض الواقع من خلال التشبيك بين الناشطين والتنسيق بينهم، والمثال الواضح على ذلك المظاهرات التي تم تنظيمها ضد الحرب على العراق 15 فبراير 2003 فى 80 مدينة كبرى فى نفس الوقت،

وكذلك المقاطعة للسلع وللدول، التي يتم الدعوة لها من خلال مواقع الإنترنت والتي تؤثر على السلوك الاستهلاكي اليومي، وبطبيعة الحال ينتشر التفاعل من تلك الشريحة الناشطة إلى غيرها من شرائح المجتمع التي قد لا تسمح لها ظروفها بدخول هذا العالم التخيلي - شبكة الإنترنت- ، وهذا يودي بمدى مصداقيته .

ونختتم بالسؤال الأخير: ما مدى مصداقية الراي الإلكتروني، وهل يعبر بصدق عن فئات بعينها ويمكن قياسه بشكل دقيق؟ ولكي تكون الإجابة عملية يمكن الاستعانة بتقارير ساحة الحوار العربي لموقع "إسلام أون لاين.نت" عن ملف تم تنفيذه عن القضية العراقية على الإنترنت، واتضح مدى تفاعل الجماهير من مستخدمي الموقع مع القضية العراقية في الفترة من مارس إلى إبريل 2003؛ حيث يتوافق 20 مارس مع بدء الاحتلال العسكري للعراق و9 إبريل مع سقوط العاصمة العراقية بغداد، هذا من ناحية، ومن ناحية تمت عملية الرصد أيضا عن طريق تصنيف الاهتمام، وجاء التفاعل الإنساني مع الشعب العراقي فى مقدمة المشاركات، يليها تصفح أخبار المقاومة وأخبار العمليات العسكرية .

وتتمثل قوة الراي العام الإلكتروني فى أنه يمتلك جناحين ويحلق أينما شاء ودون رقابة أو سلطان، ويمكن من خلاله فتح الباب للجميع لحوار هادف خلاق، والسؤال الذي يحتاج الآن للإجابة من الجميع وخاصة القائمين على هذا الأمر هو: كيف يمكن توظيف هذه النقلة التاريخية النوعية فى مجال المعلوماتية فى مساعي النهضة والتجديد الحضاري للوصول فى النهاية إلى إصلاح ما يمكن إصلاحه أو إنقاذ ما يمكن إنقاذه؟ حتى لا يتحول الإنترنت من وسيلة للانعتاق ندعو لتوظيفها بقوة بالمعرفة والتواصل مع أطراف وبقاع العالم إلى سجن للعقل فى مربع الآلة الاتصالية، وهدر للوقت، وعزوف عن الفعل

الاجتماعي المباشر، ومصادرة للفاعلية الحقيقية التي تنفع المجتمع وتطوره وتنهض به، فالأصل هو الإصلاح ونفع الناس رغم كل الاختلافات والتوحد لصالح البشرية وإقرار العدل والكرامة للجميع من خلال عملية التثقيف ونشر الوعي الصحيح، سواء من خلال الإنترنت أو خارجها وظهر راى الشارع متمثلاً فى الشرائح التي تستخدم الانترنت الذى أدى إلى انتشار ونقل هذا الرأي إلى أرض الواقع و الشارع السياسي.

طرق استطلاع الرأي العام

الاستفتاء:

الاستفتاء هو الطريقة الشائعة فى استطلاعات الرأي العام . وهو يقوم على المنهج الإحصائى ، ويعتمد على توجيه أسئلة معدة إعداداً خاصاً حول موضوع معين ، بقصد الحصول على ردود الناس عليها ، ثم تحليل هذه الردود وحساب النسبة المئوية للمؤيدين والمعارضين.

ويعتمد نجاح الاستفتاء بالإضافة إلى الدقة العالية فى إعداد استمارة الاستفتاء ودراسة أوجه الموضوع المتفق عليه _على حسن اختيار العينة التي يجرى عليها البحث.

خطوات اختيار العينة الممثلة للمجتمع:

1- **إطار العينة:**

والمقصود بها القائمة الشاملة لجميع وحدات المجتمع موضع البحث وأفراده.. وهى التي نختار العينة منها .

2- **حجم العينة:**

تتحكم فى تحديد حجم العينة عوامل عديدة يأتي فى مقدمتها مدى التباين الموجود فى المجتمع موضع البحث . فإذا كان جميع أفراد البحث سواء فقد يكفى أن نختار حجم العينة من واحد منهم فقط .

3- **أخطاء العينات:**

- **التحيز**

- أخطاء المعاينة

4- انواع العينات:

- المعاينة غير الاحتمالية:

وهى المعاينة التي لا تتم حسب نظرية الاحتمالات.

- المعاينة الاحتمالية:

وهى تلك العينات التي تستخدم نظرية الاحتمالات كأساس فى اختيارها وقد سُميت احتمالية لأننا فى اختيار هذا النوع من العينات نعلم على سبيل اليقين مدى احتمال ظهور أية وحدة من وحدات المجتمع فى العينة ولذلك نستطيع أن نقول إن تطبيق نظرية الاحتمالات عند تعميم النتائج على المجتمع .

طريقة الملاحظة :

الملاحظة وسيلة من أهم وسائل استطلاع الرأي العام . وهى تقوم على أساس الاستطلاع غير المباشر للرأي . والملاحظة الدقيقة للانفعالات والتصرفات والحركات ، بل إنها تعتمد أحياناً على استراق السمع.

وتستخدم هذه الطريقة لاستطلاع الرأي العام خاصة فى الموضوعات التي قد لا يرغب الناس فى التحدث فيها مجاهرة ، أو الإجابة على الأسئلة التي توجه إليهم بشأنها..

ويهتم الملاحظ بتسجيل الآراء أو الانفعالات المصاحبة لها ، ويقوم بالتسجيل بأسرع ما يمكن بعيداً عن الأعين حتى لا يثير الشكوك... وتختلف الملاحظة عن الاستفتاء فى اهتمام الملاحظ بتسجيل الرأي كله ،

وللأسلوب الذي أبدى به وملابساته ، بينما يهتم الباحث فى الاستفتاء بالنسبة المئوية للمؤيدين والمعارضين فى حدود العينة التي يجرى عليها الاستفتاء.

وفى اعتقادنا الشخصي أن هذه الطريقة هي أنسب الطرق لاستطلاع الراي العام فى بلادنا حيث ترتفع نسبة الأمية، وحيث يسود جماهير الفلاحين بصفة خاصة الشك فى كل ما له طابع رسمي أو شبه رسمي.

تتميز المجتمعات الديمقراطية بالحرص على قياس "الرأى العام" بدقة، ومتابعته باستمرار.

والقياس الدقيق للراي العام عملية فنية مركبة ولها مقتضيات علمية، يتعين ان تُحترم بصرامة بسبب خطورة تبعاتها المجتمعية. إذ يمكن أن يترتب على القياس الخاطئ للراي العام ضرر بالغ. اما تعمد تحريف الرأى العام، لغرض او هوى، فجريمة مجتمعية غاية فى البشاعة (بهذا الفهم، والإدراك العميق للمسئولية، قام "الأهرام ويكلى" ومركز "المشكاة" بإجراء استطلاع سريع لراى المصريين فى بعض قضايا السياسة المحلية والإقليمية، قرب نهاية عام 1994.

ورغم أن المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية يقوم باستطلاعات للرأي منذ سنين طوال، فإن الاستطلاعات السريعة التى تُنشر فى وسائل الإعلام السيارة ليست سمة للحياة العامة المصرية.

وفى المجتمعات المتقدمة، تتضافر عدة عوامل لتسهيل إجراء استطلاعات الرأى بسرعة وكفاءة، نذكر منها: توفر أُطر معاينة شاملة مخزنة على حواسيب إلكترونية، وارتفاع المستوى التعليمى للمواطنين، وفاعلية إجراء المقابلات تليفونياً.

وبالمقابل، لا تتوفر المقومات الإحصائية لإجراء استطلاعات رأى سريعة من عينات مُمثلة لمجمل الناس فى بلد كمصر. ويزيد الأمر صعوبة بسبب تفشى الأمية، وتعذر الاعتماد على سبل الاتصالات السريعة، كالتليفونات، سواء من حيث مدى انتشارها فى المجتمع أو إمكانية استعمالها، حين توجد، بمصداقية، للسؤال عن قضايا يعتبرها كثيرون خلافية.

والواقع أن مشكلات قياس الرأى العام في بلدان العالم الثالث تتعدى الصعوبات "الفنية" إلى أمور مفاهيمية بالغة الأهمية.

ففي المجتمعات التى يتدنى فيها التحصيل التعليمي والوعي الاجتماعي، وتتردى فيها المشاركة الفاعلة للناس، وتسيطر على أذهانهم وسائط إعلام غالبة، تحمل وجهة نظر احادية، لا يُتوقع أن تتبلور آراء قوية مبنية على حجج منطقية.

والأوفق، علمياً، فى هذه الحالة هو الحديث عن "حِس عام " public sentiment بدلاً من "رأى عام.public opinion "

وإذا زدنا على كل ذلك نسق حكم قهري لا يحترم حقوق الإنسان كاملة، وبوجه خاص حريات الرأى والتعبير والتنظيم، تثور عقبة أخرى كؤود فى سبيل قياس الراي، أو الحس العام، تتصل بتخوف الناس من التعبير عن رأى قد يكون مخالفاً لما تتوقعه السلطات من رعاياها . ويتطلب التغلب على هذه العقبة الأخيرة، قدر الطاقة، متطلبات خاصة فى تصميم، وتنفيذ، وتفسير نتائج استطلاعات الرأي العام .

اهمية استطلاع الراي العام

يمثل «الراي العام (Public Opinion) بصفته الراي الواعي اهمية كبيرة ودائمة، وخصوصاً لدى العديد من السلطات السياسية، التي غالباً مايهمها معرفة رأى الناس بها، وبطرق حكمها، وبتوازنات أحكامها،ويعتبر العديد من الباحثين أن واحدة من أهم سمات المجتمعات الحديثة الاعتراف بأهمية الجمهور، واعتبار الراي العام محور اي نشاط اجتماعي أو اقتصادي أو سياسي...الخ .

وكلمة «الراي العام» تتكون من شقين اثنين هما:«الرأي» وتعني التعبير اللفظي أو الكتابي عن الاتجاهات نحو ظاهرة ما أو مشكلة يثار حولها الجدل والنقاش، كماهو الشأن فى الأحداث التي تعرفها مجتمعاتنا اليوم محلياً وإقليمياً ودولياً، إذ أن المسائل التي لاتحتمل الجدل لاتتطلب رأياً حولها، و«العام»: وهي تعبر عن وجود جماعة معينة، وهذه الجماعة تجمعها مصالح مشتركة وعلاقات ثابتة،وقد سُمي بـ «الراي العام» تمييزاً له عن «الرأي الخاص» أو الفردي، والراي العام ليس هو مجموع الآراء الفردية لجماعة من الأفراد، بل هو ناتج التفاعل بين تلك الآراء فمثلاً: لو كان لدينا جمهور مكون من عشرين فرداً، وكل فرد منهم له راي قد يختلف أو يتطابق أو يقترب من الآراء الأخرى، فالراي العام هنا ليس هو مجموع تلك الآراء، لكنه ناتج النقاش والتفاعل الواعي بين تلك الآراء حتى نصل فى النهاية إلى راي يمثل الأغلبية، وهو الذي يمثل الراي العام .

والراي العام له قوة تأثير فاعلة فى كل مجتمع، بل قد يكون فى بعض الأحيان المحرك للعديد من القضايا والأحداث، وهو ما حدا ببعض الباحثين إلى القول إنه:«يشكل سلطة غير منظورة مقابلة للسلطات السياسية المتواجدة فى

مجتمع من المجتمعات، وأن القادة السياسيين يأخذون تأثير دور الراي العام فى بلدانهم بعين الاعتبار عند اتخاذ قرار أو انتهاج سياسة ما .

اصبحت قوة الراي العام (Public Opinion) فى العصر الحاضر بدون حدود ،ويات الجميع من حكام وحكومات يعتمدون عليها اعتماداً كبيراً فى تأييد سياساتهم؛ فلايمكن لأية حكومة ان تنجح فى سياساتها دون دعم وتأييد الراي العام لها، ولذا فقد باتت العديد من الحكومات والمؤسسات الحديثة تولي اهتماماً كبيراً لاستطلاعات الراي العام لمعرفة اتجاهاته، وقياسه، وهذه العملية متواصلة ومستمرة لأن الراي العام - كما سبقت الإشارة أعلاه، - ليس عنصراً ثابتاً بل هو عنصر متحرك ومتغير من وقت لآخر بتغير تطلعات الناس، ومدى قدرتهم على تلبية تلك التطلعات او عجزهم عن تلبيتها .

وكذا تبعاً لبعض المتغيرات الخارجية أو الداخلية المفاجئة، ويلاحظ فى بعض البلاد، المتوافرة فيها إمكانية استطلاع آراء الناس لمعرفة رايهم حول أمر مجتمعي ما، أن يكلف بعض الموظفين المتخصصين للوقوف حول ما يمكن الوقوف عليه من الانطباعات وردود الأفعال المعبرة عن الراي العام واتجاهاته المختلفة، ويتم ذلك سواء عن طريق ملء استمارات الاستفتاء أو الاستبيان .

وتحتل عملية استطلاع الراي العام وقياسه أهمية متزايدة فى العصر الحاضر، وهناك العديد من المعاهد والمراكز المتخصصة فى دراسة واستطلاع الراي العام عبر العالم؛ إذ تعد هذه العملية، فى نظر الكثيرين، خطوة أساسية فى العملية الديمقراطية، وقد عرفت المجتمعات القديمة طرقاً بسيطة كان ينقصها الضبط والتقنين، فقد كان بعض الحكام يلجأون إلى إطلاق بعض العسس للتجسس على أحوال الناس وأقوالهم، وآرائهم، ثم يبلغون الحاكم بها ، وكان البعض منهم - كما قرأنا فى سيرة عمر بن الخطاب رضي الله عنه . يخرج

متخفياً مستتراً ليسمع ويتلمس بنفسه رأي الناس، أما فى الوقت الحاضر فقد حلت الأدوات والمناهج العلمية الأكثر دقة محل الطرق القديمة، وإن لم يتم التخلي عن الطرق القديمة بل جرى تهذيبها وتعديلها وفقاً لحاجيات كل مجتمع من المجتمعات وتبعاً لأسلوب الحكم السائد فيه .

ويعد الباحث الأمريكي «هربرت، أ، شيللر (herbert Schiller) فى كتابه «المتلاعبون بالعقول،1986 م :136» «استطلاع الراي (The Survey) واحداً من الاختراعات الأكثر حداثة فى المجتمع الأمريكي، شأنه فى ذلك شأن الاكتشافات التكنولوجية التي ابتكرها الإنسان فى القرن الماضي، مثل: أجهزة الكمبيوتر، ومذياع الترانزستور، أو الطائرة الأسرع من الصوت، وهو يقول:«هنالك أنواع أخرى من الاختراعات، ومن العناصر ذات الأهمية المتزايدة فى آلية توجيه العقول ذلك الاختراع الاجتماعي الحديث نسبياً والذي يسمى : استطلاع الراي» ويضيف «ص 152» «ويمثل استطلاع الراي اختراعاً اجتماعياً لايمكن فصله عن النسيج المؤسساتي الذي يعمل من خلاله، ومعنى ذلك أن استطلاع الراي، ومهما جرت صياغته فى تعبيرات علمية، فهو فى المقام الأول أداة تخدم أهدافاً سياسية» ولذا يرى أن استطلاع الآراء يمكن أن يحذر عناصر السلطة من اتباع أساليب محددة ، وقد يقترح أن تتحرك من خلال مسارات أكثر التواءً وصولاً إلى نفس الغايات، ويمثل استطلاع الراي فى رأيه، وسيلة للتحقق من عادات وأولويات الأفراد والجماعات التي توفر، فى حالة كفاية خطة البحث، مؤشرات صحيحة ظاهرياً للمواقف أو الخيارات القومية «أو الإقليمية أو المحلية» وهو يوفر ميزة أساسية تتمثل فى تدفق ثنائي للمعلومات بين صانعي القرار. الحكومي، أو التجاري أو الصناعي، وبين الجمهور العام .

ويحدد بعض المدافعين عن استطلاعات الراي وظيفتين أساسيتين لها، هما: تدعيم الديمقراطية، من خلال تسهيل انسياب المعلومات فى الاتجاهين:

صانعي القرار، والجماهير، وتوفير المعلومات الموضوعية المبنية على منهجية علمية لأي شخص يرغب في استخدامها .

لسنا ننكر الدور الوطني الذي قامت به بعض وسائل الإعلام المحلية وصحفنا الوطنية " كالجمهورية " من استطلاعات لآراء، بعض المثقفين والعلماء والعديد من الشخصيات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية افردت لها مساحات كبيرة، وهو الأمر الذي يحسب لهافى مجال تنوير الرأي العام بمجريات الأحداث، وتبصيره بحقائق الأمور وتزويده بالمعلومات الكفيلة بتحصينه ضد كافة الاختراقات والإشاعات .

لاينكر كل هذا الجهد الوطني المحمود أي إنسان منصف، ما نعنيه هو غياب الدراسات الاستطلاعية الشاملة للراي العام التي تقوم بها بعض المراكز المتخصصة في دراسات واستطلاعات الرأي العام، والتي تستخدم الطرق العلمية والدراسات المتخصصة للكشف عن مدى قوة اتجاهات الرأي العام، عن طريق: المسح الشامل للتعرف على الاتجاهات الظاهرة والكامنة في أوساط أبناء المجتمع ، ولأن المسح يشمل وسيلتي المقابلة والملاحظة، أي مقابلة الناس وملاحظة سلوكهم بصفة مباشرة على اختلاف اشكال هذا السلوك ووسيلة التعبير.

كما تستخدم طريقة تحليل المضمون لتحليل كل ما يصدر عن مجتمعنا من كتابات صحفية عبر وسائل النشر والإعلام والدعاية الحزبية والمستقلة، المعارضة والمؤيدة، والتي تعد معبرة إلى حد كبير عن اتجاهات المجتمع، وغيرها من وسائل الاستطلاع للراي المعروفة والتي تهدف إلى تزويد صانع القرار السياسي والجمهور اليمني بالحقائق والمعلومات وبما يدعم ديمقراطيتنا الناشئة، ويحفظ وحدة مجتمعنا وأمنه واستقراره .

الفصل الثامن

قضايا وأحداث شغلت الرأى العام داخل مصر

قضايا و حوادث شغلت الرأي العام
داخل مصر

ابو كف والجنّية :

هذه قصة عبارة عن قضية شغلت الراي العام فى مصر طوال شهر إبريل عام (1980) م وما بعده ذلك ان رجلا يقوم بتشخيص الأمراض التي يعاني منها بعض الناس ويصف لهم العلاج والدواء الذي يشفيهم ويريحهم من آلامهم، وهو الذي يكاد يكون أُميّاً اسم هذا الرجل : عبد العزيز مسلم شديد ابوكف وشهرته " ابو كف " عمره ثلاثون سنة انقطع عن الدراسة وهو فى الصف الثاني الإعدادي ، والتحق بالقوات المسلحة ، وفى عام (1966) ، اصابته شظية طائشة فى العمود الفقري اثناء حرب الاستنزاف على جبهة قنال السويس ، وأسفرت الإصابة عن شلل فى ساقيه، فترك القوات المسلحة وعاد إلى قريته ليعيش مقعدا مع والدته واخوته .

وذات ليلة كان " ابو كف " يعاني من الضيق والأرق إذ فوجئ بامرأة ترتدي جلباباً ابيض وتلفُ راسها بقطعة بيضاء بدت المراة فى اول الأمر كأنها صورة من الدخان مرسومة على الحائط . ثم لم تلبث تلك الصورة أن تجسدت وخطت ببطء نحو فراشه، وقالت له : أنا الحاجة سأشفيك من الشلل، ولكن بشرط .

ولكن الفتى لم يرد لأن الرعب عقد لسانه عن النطق وتصبّب العرق من جبينه وصدره حتى بلل ملابسه ولكن المراة كررت قولها ثانية اخبرته أنها جنية مؤمنة تمدُ له يد المساعدة ثم تلاشت فى الحائط الذي خرجت منه وخشي " ابوكف " أن يخبر أحداً من افراد أسرته فيتهمونه بالجنون فطوى سرّه بين

ضلوعه وفى الليلة التالية عادت الحاجة مرة اخرى ، وفى الليلة الثالثة سألها عن شرطها فقالت : أن تقبل الزواج من ابنتها لأنها وحدها التي تستطيع إسعاده فطلب منها ان تمهله ليفكر ، وحرص "ابوكف" بعد ذلك ان يأوي إلى فراشه مبكر ا كل ليلة ويغلق بابه بالداخل بالمفتاح وكانت الحاجة وابنتها تخرجان إليه من الحائط وتظلان معه حتى الفجر يأكلون معا ويسمرون وكانت البنت جميلة الصورة رشيقة الجسم متفتحة الأنوثة، هادئة، ناعمة ، رقيقة ، دافئة ، كما يصفها ابوكف واخبر ابوكف الحاجة أنه قبل شرطها وفى الليلة التالية تمّ الزواج وصدحت الموسيقى فى أركان الغرفة ، وزفت العروس إلى العريس على دقات الدفوف .

ولم يكد العريس يعانق عروسه فى الفراش (بعد أن غادرتهما الحاجة) حتى احس بالحياة تسري فى ساقيه المشلولتين

وذات ليلة زارته الحاجة واخبرته انها قررت أن تتخذ منه وسيطاً يعاونها على شفاء المرضى من بني الإنسان وطلبت منه الأنتقال إلى بيت آخر لأن والدته واخوته يحدُّون من حرّيته وزوجته وطفليه.

وبعد ثلاثة أيام استأجر "ابوكف" منزلاً صغيراً فى مدينة شبرا الخيمة وبدأ منها يمارس نشاطه الجديد فى علاج المرضى واستطاع أن يشفي حالات من العقم والشلل وأمراض الكبد والكلى والصدر وأجرى عمليات جراحية ناجحة مثل :

عملية الزائدة واستئصال سرطان الثدي وكان يأخذ على المريض خمسة وعشرين قرشاً نظير الكشف عليه .

وكان الكشف يتمّ بمجرد النظر إلى المريض ، أما العلاج والدواء

والجراحة فبالمجان وكان يعالج مرضاه بالأعشاب أحيانا وفى أغلب الأحيان بأدوية يقوم بشرائها على نفقته من الصيدليات وعندما ذاع صيت "أبي كف" واتسع نطاق نشاطه تقدم أحدهم ببلاغ إلى رئيس مباحث قسم أول شبرا الخيمة الذي قام أولا بجمع التحريات التي دلت على أن الشيخ "أبوكف" يزاول الطبَّ بدون ترخيص.

فأصدر إذنا من النيابة بالقبض عليه وأمام وكيل نيابة شبرا الخيمة اعترف أبوكف بأنه يقوم بالكشف على المرضى وعلاجهم وإجراء العمليات الجراحية لهم بأمر الحاجة.

وأنه لا يستطيع عدم تنفيذ الأمر خشية أن يتعرض للأذى وعندما سأله وكيل النيابة عن اسم الحاجة و عنوانها لإلقاء القبض عليها فوجئ بأنها ليست بشرا وأنها جنية مؤمنة وانهى وكيل النيابة التحقيق وأمر بحبس " أبي كف " أربعة أيام وإحالته إلى محاكمة شرعية ولم يكد وكيل النيابة ينهي التحقيق حتى شعر بصداع حاد فى رأسه اضطره إلى مغادرة مكتبه ليلازم الفراش فى بيته.

وفى يوم الثلاثاء (15) من ابريل (1980)م عقدت محكمة شبرا الخيمة جلستها وجاء "أبوكف" واعترف بكل ما نسب إليه وأراد القاضي أن يختبر قدرة المتهم فطلب منه تشخيص الأمراض التي يعاني منها ستة من المحامين كانوا موجودين فى الجلسة ، ونجح " أبوكف " فى الامتحان نجاحا مذهلاً فقد ذكر لكل واحد من المحامين الأعراض التي يعاني منها وشخّص له مرضه ووصف له الدواء ثم جاء الدور على القاضي ومن بعده الجمهور الموجود فى القاعة .

وكان الحوار بين القاضي والمتهم مثيراً وصيحات "الله اكبر" تتعالى فى أرجاء المحكمة ورغم ذلك فقد امرت المحكمة بإحالة " أبي كف " إلى مستشفى الأمراض العصبية لتوقيع الكشف الطبي عليه مع استمرار حبسه لحين نظر القضية .

ابريل (1980) عقدت محكمة شبرا الخيمة الجزئية جلستها برئاسة القاضي الذي أعلن براءة الشيخ "أبي كف" من جميع التهم الموجهة إليه .وجاء فى حيثيات الحكم : "لقد ذكر المتهم انه مسير ولا يملك حرية الاختيار وانه لا يستطيع معارضة القوى الخفية التي تسيطر عليه وتستخدمه فى تنفيذ أوامرها وإلا تعرض للأذى وإن التشريع العقابي قد خلا من نص يحرم ما أسندته النيابة للمتهم من اتهام لأن الأتهام المسند للمتهم هو الاستجابة لقوى خفيَّة غير منظورة وإن المحكمة والنيابة كان قد ثبت لديها أن ما قام به المتهم من تشخيص للمرضى من بعض الأمراض صحيح رغم انه ليس دارساً للطب إلا انها لا تستطيع أن تجزم بيقين اتصال الجان بالمتهم لأن ذلك أمر يخرج عن قدرتها وقدرة اي شخص ولما كان التشكيك يفسر لصالح المتهم لأن الأصل فى الإنسان البراءة ، فإن المحكمة تشكك فى إسناد الاتهام إلى متهم يسنده هو إلى القوى الخفية التي لا يستطيع معارضة امرها وتستخدمه كآلة و إلا تعرض للأذى . وهلَّل " أبو كف " عند سماع الحكم وقال للصحفيين : إن الحاجة كانت حاضرة اثناء الجلسة وأنها كانت تقف خلف القاضي وهو يقرا حيثيات الحكم وعندما سأله أحد الصحفيين عن أوصاف الحاجة واسمها قال : إن ذلك محظور عليه وأن كل ما يستطيع قوله : إنها من الجن!!.

قضايا الرأى العام 2008 :

شهد عام 2008 العديد من القضايا التي شغلت الراي العام ولعل أهمها

واكثرها شهرة هي قضية مقتل المطربة اللبنانية سوزان تميم والتي جمعت أطرافها بين المال والسلطة ويحاكم فيها الآن رجل الأعمال هشام طلعت مصطفي والضابط السابق محسن السكري بتهمة قتل المجني عليها داخل شقتها فى إمارة دبي.

القضية التي اشتهرت بقضية القرن تدُوولت امام المحكمة على مدى عشر جلسات منذ بدء محاكمة المتهمين فى18 أكتوبر الماضي واستمعت هيئة المحكمة خلال جلسات المحاكمة إلى طلبات الدفاع عن المتهمين والمدعين بالحق المدني واستجابت المحاكمة لمعظم طلبات الدفاع من بينها الاستماع إلى شهود الإثبات.

حتى أصدرت المحكمة قرارها بحظر النشر فى القضية ماعدا ما يصدر عن المحكمة من قرارات ومازالت القضية تنظر أمام المحكمة وتم التأجيل إلي جلسة17 يناير 2009 لسماع شهادة الضابط الإماراتي الذي قام بتفريغ كاميرات المراقبة والتي رصدت تحركات محسن السكري أثناء دخوله وخروجه من الفندق الذي كان يقيم فيه بدبي وكذلك دخوله وخروجه من البرج السكني الذى كانت تقيم فيه المجني عليها سوزان تميم.

المبيدات المسرطنة :

كما شهد هذا العام الحكم فى قضية المبيدات المسرطنة والتي قضت فيها المحكمة وبإعادة محاكمة المتهمين بنفس الأحكام الصادرة فى دائرة أخرى قبل أن تقضي المتهمين من جديد أمام دائرة أخري وهي احكام رادعة حيث عاقبت المتهم الأول يوسف عبد الرحمن رئيس مجلس ادارة بنك التنمية والائتمان الزراعي السابق ووكيل وزارة الزراعة السابق بالسجن المشدد10 سنوات والعزل من الوظيفة وراندا الشامي مستشار البورصة الزراعية بالسجن المشدد7 سنوات

وبراءة المتهم الرابع هشام محمد نشأت مدير شركة ومعاقبة باقي المتهمين وهم15 متهما بأحكام تتراوح من سنة إلى3 سنوات ومازالت اجهزة الأمن تواصل جهودها لسرعة القبض على يوسف عبدالرحمن وراندا الشامي.

العبارة السلام :

وقد شهد عام 2008 ايضاً الحكم بالبراءة علي ممدوح اسماعيل صاحب العبارة السلام والتي غرقت قرابة سواحل البحر الأحمر وعلى متنها اكثر من الف و160 راكباً غرق منهم أكثر من الألف وذلك فى 2 فبراير عام 2006 ، وتداولت القضية على مدى عدة جلسات أمام محكمة جنح سفاجا وأصدرت حكمها ببراءة ممدوح اسماعيل وحبس ربان العبارة الثانية بالسجن ستة أشهر والتي كانت تبحر بالقرب من موقع الحادث ورفضت الوقوف لإنقاذ ضحايا العبارة السلام واستأنفت النيابة الحكم وهي تنظر الآن أمام محكمة جنح مستأنف سفاجا ، وبعد النطق بحكم البراءة على ممدوح إسماعيل اشتعل الرأى العام وقامت المظاهرت من أهالى الضحايا فاستأنف النائب العام الحكم ثم حكمت المحكمة على ممدوح إسماعيل بالسجن 7 سنوات .

هاني سرور وأكياس الدم :

كما شهد العام نفسه الحكم فى قضية أكياس الدم الفاسدة الملوثة والمتهم فيها هاني سرور رئيس مجلس ادارة شركة هايدلينا للصناعات الطبية وشقيقته ومدير عام الادارة العامة لشئون الدم بوزارة الصحة ورئيس ادارة التوحيد الفني بالإدارة العامة لشئون الدم وأربعة متهمين آخرين بتهمة الحصول على منفعة والحصول على ربح لغيرهما بدون وجه حق من عمل من أعمال وظيفتهما بأن أعطى للمتهمين هاني سرور وشقيقته منفعة بدون حق عن طريق

قيامهما بإتمام إجراءات ترسية مناقصة توريد قحرب الدم لوزارة الصحة على شركة المتهم الثالث بزعم صلاحية عرضها فنيا وسلامة العينة المقدمة منها فى هذه المناقصة بأنها من إنتاجها وقضت المحكمة برئاسة المستشار مصطفي حسن بعد وفاة المستشار أحمد العشماوي ببراءة جميع المتهمين فى قضية هايدلينا وطعن النائب العام على الحكم أمام محكمة النقض التي قضت بإعادة المحاكمة من جديد أمام دائرة أخرى.

رشوة بوزارة البترول :

وأخيراً وللمرة الثانية بعد إعادة المحاكمة من جديد أصدرت محكمة جنايات القاهرة أحكاماً مشددة أيضاً فى قضية الرشوة المتهم فيها عضو مجلس الشعب السابق عماد الجلده والمتهم فيها بتقديم رشوة110 آلاف دولار وسيارة قيمتها137 الف جنيه للمتهم الأول مساعد نائب رئيس الهيئة المصرية العامة للبترول للاتفاقيات والاستكشافات مقابل إفشاء بيانات وتقارير فنية غير مسموح بتداولها خاصة باحتمالات وجود زيت البترول بمناطق جنوب خليج الزين لشمال اكتوبر لمنح امتياز البحث والتنقيب بها وقضت المحكمة برئاسة المستشار عادل عبدالسلام جمعة بمعاقبة المتهم الأول 10 سنوات ومعاقبة عماد الجلده بنفس العقوبة السابقة 3 سنوات قبل نقض الحكم.

الرشوة بوزارة الثقافة :

وفى شهر اكتوبر 2008 تم الفصل فى أهم القضايا التي شغلت الرأي العام وهي قضية الرشوة بوزارة الثقافة والتي كان متهما فيها أيمن عبدالمنعم مدير مكتب وزير الثقافة والمشرف على صندوق التنمية الثقافية ومدير مشروع القاهرة الفاطمية و8 آخرين من العاملين بالوزارة واصحاب شركات المقاولات بالسجن10 سنوات وغرامات مالية جاوزت نصف مليون جنيه ومصادرة مشغولات

ذهبية وهدايا عينية كان ايمن عبدالمنعم قد حصل عليها من اصحاب شركات المقاولات مقابل إرساء مناقصات لصالحهم، وقد أكدت المحكمة فى حكمها برئاسة المستشار احمد رفعت ان المتهمين استغلوا مناصبهم وتلاعبوا بتاريخ مصر وحاولوا بيعه بأبخس ثمن.

احتكار الأسمنت :

وأخيرا وقبل ان يمضي العام قضت محكمة أول درجة بمعاقبة عشرين متهما من رؤساء مجالس إدارات شركات الأسمنت الذين وجهت إليهم النيابة تهمة الاتفاق علي رفع أسعار الأسمنت، بالغرامة200 مليون جنيه لهم جميعا اي بواقع10 ملايين جنيه لكل منهم وما زالت القضية منظورة أمام المحكمة وقد تشهد الساعات الأخيرة فى هذا العام حكماً عادلاً فاصلاً فى قضية هي الأولى من نوعها.

يناير 2008 :

- حريق يلتهم محتويات فرع صيدناوي بحدائق القبة.
- حبس4 موظفين ببنك الإسكندرية فرع ببا استولوا علىى ملايين جنيه من قروض العملاء.
- إحالة رئيس مجلس إدارة شركة النصر للتعدين و8 آخرين للجنايات بتهمة الرشوة..
- النائب العام يأمر بإحالة 20 مسئولاً عن شركات إنتاج الأسمنت للمحاكمة الجنائية.
- حبس لاعب الأهلي احمد السيد و3 آخرين فى قضية رشوة لموظف فى الشهر العقاري بالاسكندرية.

فبراير:

- حريق هائل بمخازن السجاد بمجموعة (النساجون الشرقيون) فى مدينة العاشر من رمضان.
- فى حادث مأساوي مروع بطريق الكريمات: مصرع28 شخصاً وإصابة24 آخرين.
- إخلاء سبيل اللاعب أحمد السيد بكفالة 10 آلاف جنيه.

مارس:

- تأييد حبس مديري قصر الثقافة وبراءة علوي ومعاذ والعزب وكامل.
- إحالة تجار حديد وأسمنت مخالفين إلى المحاكمة الجنائية العاجلة.
- النائب العام يقرر التحفظ على أموال مالكة عقار لوران الاسكندرية.
- إحالة ريان الخانكة و21 متهماً للمحاكمة لتلقيهم96 مليون جنيه من المواطنين لتوظيفها.
- مصرع23 وإصابة13 من مجندي الأمن المركزي فى حادث مرور بأول طريق الاسكندرية الصحراوي.
- إخماد حريق محدود بأحد المخازن بدار القضاء العالي:

ابريل:

- حبس150 متهماً فى احداث الشغب بالمحلة.
- المحكمة العسكرية تصدر أحكامها علي قيادات الإخوان فى قضية الذراع المالية.
- القبض على صاحب شركات الفرسان الهارب من حكم بالسجن15 عاما وغرامة60 مليون جنيه.
- براءة هاني سرور وجميع المتهمين فى قضية اكياس الدم الملوثة.

- تأييد السجن المشدد لطارق السويسي و5 آخرين فى قضية الآثار الكبري.
- 20 مليون دولار خسائر حريق مصنع ملابس بالاسماعيلية.

مايو:

- فى حادث مروع علي طريق شرم الشيخ: . مصرع8 سائحين روس وسائق مصري واصابة26 آخرين بحروق مختلفة.
- إحالة مالكة عمارة لوران و7 آخرين للجنايات تسببوا فى مصرع 36 مواطناً بالإسكندرية.
- بدء أولى جلسات استئناف الحكم بحبس رئيس تحرير الدستور
- النائب العام يحقق فى بلاغ مصطفى بكري رئيس تحرير جريدة الأسبوع ضد شركات حديد عز.

يونيو:

- فى قضية الإساءة لصحة الرئيس:

- النيابة تتهم الدفاع بالمماطلة فى الدعوى لأنها من الجرائم الخطيرة.
- المحكمة تطلب نقيب الصحفيين للادلاء بشهادته بجلسة22 يونيو.

- النائب العام يطعن بالنقض على حكم البراءة فى قضية أكياس الدم الفاسدة ، ويأمر بارسال الملف إلي محكمة النقض.
- فى واقعة الاعتداء علي خالد الجندي: حبس المتهمة4 ايام بتهمة التعدي علي الداعية الإسلامي.
- الحبس3 سنوات وكفالة 6 آلاف جنيه لرئيس مجلس إدارة جريدة الدستور.
- وسنة لفاروق الفيشاوي وسنتين لحميد الشاعري لتهريبهم من الضرائب.
- لن يفلت احد من العقاب فى قضية تسريب امتحانات الثانوية العامة

بالمنيا ، النائب العام يأمر بإحالة 19 متهما لمحاكمة عاجلة أمام الجنايات بينهم عقيد شرطة.النيابة تأمر بحبس9 من المتهمين وضبط وإحضار للهاربين وإعادة الامتحانات مرهونة بنتائج التحقيقات. غرفة المشورة بمحكمة المنيا تقرر حبس المتهمين15 يوماً.

حريق البرلمان :

لم يكن حريق البرلمان مجرد نيران اندلعت فى مبنى فأتت عليه ودمرته ولكنه كان بمثابة احتراق رمز تاريخي وصرح اثري أزعج الكثير من المواطنين وشعروا بالأسف نحوه.. وأشاروا بأصابع الاتهام نحو الإهمال الجسيم الذي كان اهم أسباب امتداد ألسنة النيران إلى كامل المبنى بطوابقه الثلاثة بعد أن تبين من معاينته ان وسائل التأمين به لا تتعدى نظم الإطفاء البدائية والتي ربما قد تكون متهالكة ولا تعمل أيضاً!!

وقد شب الحريق عصر يوم الثلاثاء19 اغسطس الماضي بمبنى الشوري وامتدت إلى مبنى اداري آخر والمكاتب النوعية للجان مجلس الشعب وقد شاركت نحو 70 سيارة اطفاء و3 طائرات هليكوبتر فى عمليات إطفاء الحريق الذي استمر اكثر من16 ساعة متواصلة وكشفت التحقيقات فى الكارثة أن ماساً كهربائياً هو السبب وراء نشوب الحريق بالمبنى الذي يعد اثراً تاريخياً حيث تم بناؤه فى عام1866، وقد شهدت قاعاته التاريخية محاكمة الزعيم أحمد عرابي ومولد دستور1923 .

واشتملت الخسائر على احتراق القاعة الرئيسية للمجلس والتي تسمى قاعة الدستور وايضا القاعة التاريخية التي تسمي قاعة الشورى وهي القاعة التي كانت تعقد بها الجلسات. بينما نجا المتحف الخاص بالمجلس من ألسنة النيران فظل محتفظاً بجميع محتوياته من تحف وصور فوتوغرافية لرؤسائه السابقين

والوثائق والمخطوطات وكرسي الملك فاروق. وكان استشهاد مساعد الشرطة فؤاد نصار الذي يعمل ضمن وحدة الإطفاء التابعة للمجلس من المآسي التي خلفها الحريق علاوة علي إصابة15 شخصاً بالاختناق تم إسعافهم جميعاً بالمستشفى.

قضايا المشاهير تتصدر عناوين الصحف فى 2008

كان المشاهير والشخصيات العامة أحد أطراف العديد من القضايا خلال هذا العام حيث تنوعت من قضايا سب وقذف ونصب وتهرب ضريبي وسرقة وقتل وتعاطي مخدرات.. وغيرها من القضايا التي شهدتها الساحة القضائية.

الدكتورة ملكة وعزب شو :

فى أول يوم من أيام عام 2008 ، تقدمت الدكتورة ملكة زرار الداعية الإسلامية الكبيرة والمستشارة الشرعية والقانونية للأحوال الشخصية ببلاغ للنائب العام ضد الفنان محمود عزب الشهير بـ"عزب شو "تتهمه فيه بالإساءة إليها ولرمز من رموز الدعوة الإسلامية بمصر من خلال برنامج" صباح الخير يا مصر."

وقالت إن عزب قام بتقليدها بشكل يسيء لها ولرجال الدين ولزملائها من الداعيات الإسلاميات الشهيرات أمثال د.عبلة الكحلاوى .ود.سعاد صالح ود.آمنة نصير.

كما قامت بوضع أسماء المذيعين والمعدين لبرنامج" صباح الخير يامصر "فى هذا اليوم فى البلاغ وجاء فى عريضة الدعوى التي تقدمت بها أنهم لم يعترضوا على تقليد" عزب شو "لها.

ومن جانبه، نفى" عزب شو "معرفته أي شىء عن الدعوى القضائية التي أقامتها ضده الداعية الإسلامية.

وقد اكد وقتها انه حتى الآن لم يتلق اي إنذارات قانونية او دعاوى قضائية تتعلق بهذا الموضوع قط . كما يقول . سمع عن الموضوع من قبل بعض الأشخاص والصحف.

واشار إلى ان كل الشخصيات التي يقوم بتقليدها لا يقصد على الإطلاق الإساءة لأي منها بدليل انه يستعد لتقديم برنامج جديد سيقوم فيه بتقليد عشرات من الشخصيات السياسية والدينية والفنية البارزة سواء على الساحة المصرية اوالعربية دون أن يسيء لأي منهم.

قضايا السب والقذف :

سمعنا كثيراً خلال هذا العام عن قضايا السب والقذف التي يُتهم فيها مشاهير المجتمع سواء كانوا فنانين او صحفيين او مذيعين او رجال أعمال... وغيرهم، او يتهم فيها هؤلاء المشاهير اشخاصاً آخرين يقومون بسبهم وقذفهم:

منى جمال عبد الناصر وتهمة السب والقذف : ففي شهر فبراير، أجلت المحكمة القضية التي تقدم بها عصام الدين شوقي رجل أعمال ومساعد أشرف مراون بدعوى سب وقذف ضد ارملة أشرف مراون السيدة منى جمال عبد الناصر.

كانت منى جمال عبد الناصر قد قامت خلال أحد الأحاديث الصحفية لجريدة" الأهرام ويكلي "بتوجيه اتهامات لمساعد زوجها واتهمته بسرقة العديد من الملايين خلال فترة عمله مع زوجها الراحل.

عصام شوقي هو زوج عزة فوزي عبد الحافظ سكرتيرة أشرف مروان وهو فى الوقت نفسه عمل لسنوات طويلة معه فى شركة كيماويات كان يملكها اشرف مروان فى بريطانيا ويملك عصام شوقي نسبة منها.. وبعد انفصالهما

قررا تصفية الشركة.. وكان ذلك قبيل وفاة أشرف مروان بدقائق وهو ما جعل عصام شوقي يشهد هو ومن معه بأنهم شاهدوا أشرف مروان يلقي بنفسه من شرفة مكتبه.

فى 13 سبتمبر 2007 نشرت" الأهرام ويكلي "تحقيقاً صحفياً صرحت فيه مني عبد الناصر بما وصفته عريضة الدعوى بأنه" وقائع كاذبة لا أساس لها من الصحة تعد قذفا فى حق الطالب عصام شوقي كما يقول محاميه.

كان عنوان التحقيق الصحفي"الإسرائيليون اغتالوا أشرف مروان " دافعت فيه منى عن زوجها لكنها جاءت بسيرة عصام شوقي - بصفته الشاهد الرئيسي - فاتهمته باختلاس ملايين من شركة زوجها.

وطالب المحامي بعقاب منى عبد الناصر بالمواد التي تجرم السب والقذف والتعرض للحياة الشخصية مع تعويض مدني مبدئي 5001 جنيه.

المطرب خالد سليم والمجند أحمد الروان:

وفى نفس الشهر، علم محرر مصراوي أن محكمة جنح الخليفة قضت بمعاقبة المطرب خالد سليم وصديقه أيمن ياسين رجل الأعمال بالحبس شهراً وكفالة 2000 جنيه لكل منهما فى قضية سب المجند أحمد الروان وبراءتهما من التعدي عليه بالضرب .

كما قضت المحكمة بتغريم رجل الأعمال مبلغ 200 جنيه لقيامه بالسير بالاتجاه المعاكس بطريق صلاح سالم مما أدى إلى تعطل حركة المرور.

ميسرة وجريدة وشوشة:

اقامت الفنانة ميسرة دعوى ضد جريدة (وشوشة) والتي تطالب فيها الجريدة بمبلغ مليون جنيه وذلك عن الأضرار المادية والأدبية التي اصابتها بعد ان تم نشر موضوع بالصحيفة وذلك تحت عنوان ميسرة وياسر أحدث عاشقين فى الوسط الفني.

وقالت الفنانة ميسرة فى الدعوى التي اقامتها ضد الجريدة أنها قامت بتمثيل عدد من المسلسلات التليفزيونية والتي قامت فيها بأداء أدوار تهدف إلى محاربة السلوكيات السلبية فى المجتمع.

وأضافت الفنانة بأنها فوجئت فى العدد الصادر للجريدة فى تاريخ 4 مارس 2008 بموضوع صحفي على إحدى صفحات الجريدة يحتوى على عبارات سب وقذف وتشهير لها مما تسبب لها فى بعض الأضرار المادية والأدبية وأضافت بأن الموضوع الصحفي ما هو إلا عبارة عن وقائع كاذبة من نسيج خيال الصحفي الذي كتب المقال الذي سبب المشكلة.

مستشفى النزهة وإيهاب توفيق :

تقدم الدكتور محمد بيومي رئيس مجلس إدارة مستشفى النزهة الدولي بدعوى سب وقذف ضد المطرب إيهاب توفيق.

كان المطرب إيهاب توفيق قد اتهم مستشفى خاص بمنطقة النزهة بالتسبب فى إصابة نجله الرضيع محمد بالتسمم الجرثومي وميكروب فى الدم وذلك أثناء وجود نجله الرضيع داخل حضانة المستشفى.

وقام المطرب بتحرير محضر بقسم شرطة النزهة ضد مسئولي المستشفى والأطباء الموجودين بها.

واضاف إيهاب توفيق أنه أثناء علاجه أصيب الطفل بميكروب جرثومي يدعى (CRP) وهذا المرض يوقف نمو الأطفال وبعد اكتشاف المرض قام المطرب بنقل طفله إلى مستشفى آخر بالمنيل.

وكان المطرب قد ظهر فى برنامج (البيت بيتك) وقام بسب وقذف مدير المستشفى والمسئولين عن علاج نجله.

شقيقة سعاد حسني وصديقتها :

رفضت المحكمة فى شهر ابريل دعوى السب والقذف بشقيها المدني والجنائي التي اقامتها جنجاه شقيقة الفنانة الراحلة (سعاد حسني) ضد نادية يسري صديقة الممثلة الراحلة.

وألزمت المحكمة جنجاه بمصروفات الدعوى لقيامها برفعها بغير الطريق القانوني الذي رسمه القانون.

وكانت شقيقة الممثلة الراحلة قد اقامت الدعوى استناداً إلى ما قالته نادية يسري خلال استضافتها فى برنامج حواري بإحدى الفضائيات العربية، معتبرة أن ما جاء على لسان نادية يسرى يمثل إهانة وسباً وقذفاً فى حقها وحق شقيقتها الممثلة الراحلة.

احمد حسن وبندق:

اقام أحمد حسن قائد المنتخب الوطني الأول لكرة القدم ولاعب النادي الأهلي ومدير أعماله دعوى السب والقذف ضد خالد الغندور (بندق) لاعب فريق

كرة القدم بنادي الزمالك السابق ومقدم أحد البرامج الرياضية بفضائية خاصة.

وتعود وقائع الدعوى إلى قيام خالد الغندور فى برنامجه باتهام أحمد حسن ومدير أعماله بالاتفاق مع هاني سعيد لاعب الفريق الأول لكرة القدم بنادي الزمالك على الانضمام للنادي الأهلي بطرق" غير مشروعة "، الأمر الذي اعتبراه بمثابة سب وقذف فى حقهما وإهانة لهما فأقاما دعواهما.

صحفي صوت بولاق وأيمن نور:

عاقبت محكمة جنايات القاهرة فى شهر مارس طاهر محمود طاهر الصحفي بجريدة" صوت بولاق أبو العلا "بالحبس لمدة سنة مع الشغل ، وغرامة قدرها عشرة آلاف جنيه لإدانته بالسب والقذف فى حق أيمن نور رئيس حزب الغد السابق وزوجته جميلة إسماعيل.

كما ألزمت المحكمة الصحفي طاهر محمود طاهر بتعويض مادي قدره 5001 جنيه لجميلة إسماعيل و2001 جنيه لأيمن نور على سبيل التعويض المؤقت.

وكان أيمن نور اقام دعوى ضد طاهر محمود اتهمه فيها بسبه وقذفه هو وزوجته بعبارات جارحة.. فيما تدخلت زوجته جميلة إسماعيل فى الدعوى مطالبة بحقها فى التعويض المدني إلى جانب التعويض المادي الذي طالب به نور أيضاً.

من ناحية أخرى، كانت محكمة جنح عابدين قد قررت فى شهر يونيو تأجيل نظر دعوى السب والقذف المقامة من جميلة إسماعيل ضد موسى مصطفى موسى رئيس حزب" الغد "وعبد النبي عبد الستار رئيس تحرير جريدة "الغد "الناطقة بلسان حال الحزب.

واقامت جميلة إسماعيل دعواها عقب ورود عبارات اعتبرتها سباً وقذفاً فى حقها باحد اعداد جريدة" الغد"، حيث جاء بالعدد (151) فى مقالة بعنوان (حكاية مديرة الشائعات فى مصر المحروسة) ان جميلة إسماعيل تسيىء لسمعة مصر وتعمل على تحريض الإدارة الأمريكية ضد البلاد وانها تقود حملات تتسبب فى تشويه صورة مصر بالخارج، الأمر الذي قامت على إثره برفع الدعوى مطالبة فيها بتوقيع اقصى درجات العقوبة الواردة فى قانون العقوبات عليهم و2001 جنيه على سبيل التعويض المدني المؤقت.

المقاول ووفاء مكي:

وفى شهر مارس ايضاً، اتهم مقاول الفنانة وفاء مكي بالسب والقذف فى حقه واتهامهما له بسوء السلوك وباشرت نيابة الدقي التحقيق حيث قرر الشاكي ويدعى سلامة حسين السيد أنه كان يعرف الفنانة وفاء مكي منذ فترة طويلة.

ولكنها منذ فترة اقامت ضده جنحة تتهمه فيها بأنه يتحرش بها ويحاول إقامة علاقة غير شرعية معها وانها طردته من منزلها فى إحدى المرات فبدا يهددها تليفونياً .. واقر المقاول أمام النيابة انه لم يحدث وان بلاغ الفنانة ضده كاذب ويتهمها بالسب والقذف والإهانة.

مصطفى بكري ورئيس تحرير صحيفة الموجز :

قررت محكمة جنايات القاهرة تأجيل نظر دعوى السب والقذف عن طريق النشر التي اقامها مصطفى بكري رئيس مجلس إدارة ورئيس تحرير صحيفة الأسبوع عضو مجلس الشعب عن دائرة حلوان ضد ياسر بركات رئيس مجلس إدارة ورئيس تحرير صحيفة (الموجز) إلى جلسة 18 مايو.

وكان مصطفى بكري قد أقام دعوى سب وقذف ضد ياسر بركات بعد أن حصل على إذن خصومة من نقابة الصحفيين ضده استناداً إلى ما نشره بركات فى جريدته من خلال عدد من التحقيقات والمقالات والتقارير الصحفية فى إطار حملة صحفية كان قد شنها ضد مصطفى بكري.

وزير الطيران وصحيفة الأنباء الدولية:

تم إحالة رئيس تحرير جريدة الأنباء الدولية ومحرر بالجريدة إلى المحاكمة العاجلة فى شهر مايو لقيامهما بسب وقذف وزير الطيران ورئيس مجلس إدارة الشركة المصرية القابضة للمطارات عن طريق النشر بالجريدة.

كان المهندس إبراهيم مناع رئيس مجلس الإدارة تقدم ببلاغ إلى النائب العام ضد الجريدة يتهم فيها رئيس التحرير اسحق روحى والمحرر بالجريدة شريف سليمان بنشر مقالات متعاقبة فى الجريدة خلال شهر يناير وفبراير 2008 بعنوان (امبراطورية مناع وشفيق – وزير الطيران سابقاً) وتحتوي على عبارات تتهمه بالفساد وإهدار المال العام.

ووصفت المقالات وزير الطيران أحمد شفيق بالوزير الصامت عن هذا الفساد فى الشركة. وقد استمعت النيابة إلى أقوال المهندس مناع وأكد أن المقال احتوى على عبارات السب والقذف.

وجدي غنيم وقضيته مع الصحيفة البحرينية :

وفى شهر مايو، استدعت محكمة بحرينية عيسى الشايجي رئيس تحرير صحيفة الأيام البحرينية على خلفية دعوى قضائية رفعها الداعية الإسلامي المصري الجنسية الشيخ وجدي غنيم اتهم فيها رئيس تحرير الصحيفة وصحفياً آخر بالسب والقذف والإساءة للإسلام.

من جهته عبر كلا من الاتحاد الدولي للصحفيين والشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان . وقتها عن وقوفها إلى جانب الصحيفة وانزعاجهما لتدخل رجال الدين فى حرية الصحافة وملاحقة الصحفيين.

واستغرب الدكتور وجدي غنيم المنتمي لجماعة الإخوان المسلمين موقف الاتحاد الدولي للصحفيين وقال فى رسالة صوتية لموقع قناة العربية إنه لا يفهم لماذا يبدو الاتحاد العالمي للصحفيين منزعجاً لأن شخصاً يسعى لنيل حقه المهضوم عن طريق القضاء.

واضاف: " بدلا من الحديث عن تهديد الحريات ليتكلم هذا الاتحاد عن احترام الحريات ويخلى عنده دم ودين وتساءل كيف يعتدي علي ويكتب صفحة عني بصورتي ويجرى تصويري على أنني وحش وإرهابي ولما أدافع عن حقي ينزعج الاتحا" .

وكان الشيخ وجدي غنيم قد اضطر إلى مغادرة البحرين بعد إلغاء إقامته على خلفية اتهامات له بالإساءة لأمير الكويت والمجتمع الكويتي وتأييد غزو العراق.

شيخ الأزهر وصحيفة الفجر:

تقدم فضيلة الإمام الأكبر الدكتور محمد سيد طنطاوي شيخ الأزهر بدعوى سب وقذف ضد عادل حمودة رئيس تحرير صحيفة (الفجر) الخاصة ومحمد الباز نائب رئيس تحرير الصحيفة.

اشار . وقتها. الإمام الأكبر الدكتور محمد سيد طنطاوي إلى أن ما نشرته عنه الصحيفة يمثل إساءة لشخصه بصفة خاصة وإهانة للأزهر الشريف ودوره ورسالته بصفة عامة.

وأوضح ان الصحيفة نشرت كاريكاتيراً يتضمن صورة له مرتدياً عباءة بابا الفاتيكان وعلى صدره الصليب إلى جانب أنها نشرت مقالاً يتضمن أنه ينوي زيارة الفاتيكان وأنه تقاعس فى الرد على الإساءة إلى الرسول من جانب بابا الفاتيكان.

وأكد شيخ الأزهر أن موافقته على زيارة الفاتيكان كان شائعة. وكانت النيابة العامة قد أحالت المتهمين للمحاكمة ونسبت إليهما إهانة هيئة الأزهر الشريف وشيخه الدكتور محمد سيد طنطاوى من خلال ما كتبته وصورته جريدة" الفجر "فى عددها الصادر فى 19 مارس 2007.

أحمد عز وجريدة صوت الأمة:

فى شهر نوفمبر، قضت محكمة جنح العجوزة برفض دعوى السب والقذف المقامة من المهندس أحمد عز أمين التنظيم بالحزب الوطني الديمقراطي ضد عبدالحليم قنديل رئيس تحرير جريدة" صوت الأمة " الأسبوعية الخاصة وعصام إسماعيل فهمي رئيس مجلس إدارتها ، وذلك لعدم إعلان قنديل بالدعوى إعلاناً قانونياً صحيحاً على محل إقامته.

وتعود وقائع الدعوى إلى 30 يونيو 2008 عندما نشرت الجريدة موضوعاً بعنوان (أحمد عز سارق مصر الأول) اعتبره المهندس أحمد عز سباً وقذفاً وإهانة له ، مشيراً فى دعواه إلى أن الموضوع الحق به أضراراً مادية وأدبية بالغة وأساء إلى سمعته، وطالب بتطبيق أقصى العقوبات الواردة بالقانون فيما يتعلق ببنود السب والقذف ضد عبد الحليم قنديل وعصام فهمي بالإضافة إلى تعويض مدني مؤقت قدره عشرة آلاف وواحد جنيه، فأصدرت المحكمة حكمها المتقدم.

محاسب قانوني ومنى الشاذلي:

وفى نفس الشهر، تقدم محاسب قانوني ببلاغ إلى قسم شرطة الدقي يتهم فيه الإعلامية الشهيرة منى الشاذلي وزوجها بالسب والقذف لسابقة قيامهما، بتحرير محضر ضده بقسم شرطة مصر الجديدة، والشامل تضررهما منه لقيامه بمعاكسة الإعلامية الشهيرة، وإرسال رسائل تتضمن عبارات خادشة للحياء على هاتفها النقال.

وكان قسم شرطة الدقي، قد تلقى بلاغاً من المواطن يسري سعيد النمير 53" سنة محاسب قانوني يتضرر فيه من الإعلامية الشهيرة منى محمد محمود أحمد الشهيرة بـ"منى الشاذلي 35سنة"ومقيمة بالدقي وزوجها سمير يوسف حسين يوسف38 سنة إعلامي"ومقيم بذات العنوان لسابقة قيامهما، بتحرير محضر ضده بقسم شرطة مصر الجديدة ثم قيامها بعد فترة بالتنازل عن بلاغها فى النيابة، معللة ذلك لتوقف المحاسب عن إرسال الرسائل، وقد تم حفظ التحقيق لعدم كفاية الأدلة.

وقد حضر المحاسب لقسم شرطة الدقي لإثبات تضرره من الإعلامية الشهيرة لكذب بلاغها مما يعد قذفاً فى حقه، والحق به العديد من الأضرار الأدبية والمادية.

المطربة رحمة وفاروق جعفر :

اتهمت المطربة رحمة طليقها المدرب فاروق جعفر بسبها وقذفها وتهديدها بالإيذاء لرفضها العودة إليه والزواج منه مرة أخرى.

كان مامور قسم مدينة نصر اول قد تلقى بلاغاً من المطربة رحمة حمدي السيد وشهرتها رحمة 40 سنة ومقيمة 36 شارع الدكتور البطراوى

بمدينة نصر بأنها فوجئت باتصال تليفوني من طليقها فاروق جعفر مدرب فريق طلائع الجيش ومقيم 11 عمارات سفنكس بالمهندسين حيث قام المدرب بتوجيه عبارات السب والقذف لها وتهديدها بالتعدي عليها وإيذائها لرفضها العودة إليه والزواج منه مرة اخرى.

رجل اعمال ومدحت بركات :

فى أواخر شهر نوفمبر، قررت محكمة جنح قصر النيل برئاسة المستشار فتحي صالح حجز دعوى السب والقذف المقامة من شكري فتحى (رجل اعمال) ضد رجل الأعمال مدحت بركات - المحبوس حالياً على ذمة قضية نصب واستيلاء على أراضي الدولة وهاني حسنين نجل شقيق بركات وعربي شرابي المدير الإداري للشركة الدولية للصناعات الغذائية.

وتعود وقائع الدعوى إلى 7 مايو من عام 2007، حيث قال رجل الأعمال فى دعواه أن بهذا التاريخ قام المتهمون الثلاثة بنشر إعلان على مساحة نصف صفحة بأحد الصحف القومية تحت عنوان (احدهم فشل فى التأثير على القضاء.. أغرب عملية نصب على وادي الملوك) اتهموه فيه بأبشع الألفاظ ونسبوا إليه وقائع غير حقيقية تحمل بين طياتها عبارات سب وقذف فى حقه.

واضافت الدعوى أن المتهمين الثلاثة اتهموه أيضاً بأنه نصاب ويستخدم عقوداً مسروقة ويحاول التأثير على القضاء بنشر اخبار كاذبة ومزورة وبأنه مدفوع ضدهم من جانب منافسين وحاقدين يسعون للتخلص من شركة وادي الملوك التي يملكها مدحت بركات.

وقيل فى الدعوى ايضاً ان شكري فتحي قد طلب 1.5 مليون جنيه لوقف ابتزازه للشركة، الأمر الذي اعتبره بمثابة سب وقذف فى حقه وإهانة له، فأقام

دعواه مطالباً فيها بتوقيع اقصى العقوبات المنصوص عليها فى القانون بحق المتهمين الثلاثة مع إلزامهم بدفع مبلغ 5001 جنيه على سبيل التعويض المدني المؤقت.

جريدة حواديت ووكالة أنباء الشرق الأوسط:

غرمت محكمة جنح الدقي كلاً من حاتم مهران رئيس تحرير صحيفة حواديت وسعيد نصر المحرر بالصحيفة 10 آلاف جنيه لكل منهما لارتكابهما سباً وقذفاً فى حق عبد الله حسن رئيس مجلس إدارة ورئيس تحرير وكالة أنباء الشرق الأوسط.

كما قررت المحكمة إحالة الدعوى المدنية التي يطالب فيها رئيس تحرير الوكالة بتعويض قدره مليون جنيه إلى المحكمة المدنية المختصة.

وقالت المحكمة فى حيثيات حكمها : إنه ثبت لديها قيام الصحيفة فى عددها الصادر فى 26 نوفمبر من عام 2006 بنشر مقال تضمن عبارات سب وقذف فى حق عبد الله حسن ونسبت إليه افعالاً غير صحيحة من شأنها ان تخدش سمعته لدى غيره، وهو ما توافرت معه أركان الجريمة.

وأكدت المحكمة أنها تطمئن لثبوت الاتهام ضد سعيد نصر محرر المقال وأيضاً ضد حاتم مهران رئيس التحرير الذي تعد مسئوليته مفترضة عما ينشر بالصحيفة وهو ما استوجب إدانتهما.

وأشارت إلى أن مسئولية رئيس التحرير مبناها صفته ووظيفته فى الجريدة لأنها تلازمه متى ثبت أنه يتولى مباشرة الإشراف عما ينشر الصحيفة.

رؤساء تحرير صحف خاصة والحزب الوطني :

وفى شهر ديسمبر، قررت محكمة جنح مستأنف العجوزة مد أجل النطق بالحكم في الاستئناف المقدم من أربعة رؤساء تحرير صحف خاصة، وذلك ضد الحكم الصادر من محكمة أول درجة بحبس كل منهم لمدة عام مع الشغل و 20 الف جنيه غرامة و 10 آلاف جنيه كفالة لكل منهم لإيقاف التنفيذ.

وكانت محكمة أول درجة قد أدانتهم بارتكاب سب وقذف فى حق عدد من رموز وقيادات الحزب الوطني ونشر أخبار وبيانات وشائعات كاذبة عنهم.

يشار إلى أن رؤساء التحرير هم إبراهيم عيسى رئيس تحرير صحيفة الدستور ، عادل حمودة رئيس تحرير صحيفة الفجر ، عبدالحليم قنديل رئيس تحرير صحيفة الكرامة سابقاً ، ووائل الإبراشي رئيس تحرير صحيفة صوت الأمة سابقاً.

وكانت محكمة أول درجة جنح العجوزة قد سبق وأن أدانت . فى 13 سبتمبر من عام 2007 . رؤساء التحرير الأربعة بتهم سب وقذف والنيل من قيادات الحزب الوطني ورموز الدولة ونشر أخبار كاذبة عنهم.

ومن أبرز القيادات الرئيس حسني مبارك بصفته رئيس الحزب ، ورئيس الوزراء الدكتور أحمد نظيف عضو المكتب السياسي بالأمانة العامة للحزب ، وجمال مبارك الأمين العام المساعد وأمين السياسات ، والدكتور زكريا عزمي الأمين العام المساعد لشئون التنظيم والعضوية والمالية والإدارية وغيرهم ، وذلك فى دعوى السب والقذف المقامة ضدهم من إبراهيم عبد الرسول وحسام الدين مصطفى المحاميان.

واستندت محكمة اول درجة فى أسباب إدانتها إلى أن ما تم نشره يمس كيان الدولة ويؤثر فى افرادها وقياداتها ، وقيادات الحزب الوطني الذي يراسه الرئيس حسني مبارك الذي تناولوه بالإضافة إلى عدد من الرموز بالمساس بصفتهم الحزبية وما يتعلق بعملهم فى عدد من الأكاذيب التي يحقق نشرها إضراراً بالمصلحة العامة ، إذ تؤثر بالقطع في نفوس افراد المجتمع بل وتصيبهم بالإحباط.

التهرب الضريبي لمذيعى الفضائيات :

تُظهر تقارير الضرائب ارتفاع أجور المذيعين بصورة لافتة للنظر بعد انتشار القنوات الفضائية والبرامج الحوارية" التوك شو " خاصة أن القنوات الفضائية لا تعترف بسقف الرواتب على خلاف نظيرتها الأرضية التي يتقاضى بها المذيع الفي جنيه شهرياً فقط.

ففي شهر فبراير، كشفت مصادر مسئولة بمصلحة الضرائب لموقع مصراوي أن الفضائيات تساعد على تهرب المذيعين من خلال التعاقد على مبالغ تتنافى مع تلك التي يتقاضونها فعلياً ، مشيرين إلى قضية التهرب التي سبق رصدها لشبكة قنوات أوربت عن تهرب عدد من مقدمي البرامج المتعاقدين معها.

واوضحت المصادر أن المذيع محمود سعد يعد الأعلى أجراً حيث يتقاضى مليون و900 الف جنيه من برنامج البيت بيتك المملوك لشركة بركة ديزين لصاحبها محمود بركة كما يتقاضى مليون جنيه أخرى عن برنامجه اليوم السابع الذي يعرض على قناة mbc الفضائية.

ويأتي بعده لاعب الكرة السابق أحمد شوبير الذي كان يتقاضى 25 الف دولار فى الشهر من قناة دريم قبل تفاقم خلافاته معها لينتقل على إثرها

لبرنامج البيت بيتك ويتقاضى به اجر 25 الف جنيه فى الحلقة الأسبوعية، أما تامر أمين بسيوني فيتقاضى 700 الف جنيه فى السنة ومنى الشرقاوي 300 الف جنيه.

كما أدى انسحاب المذيعة مي الشربيني من برنامج 90 دقيقة والتي كانت تتقاضى خلاله 40 الف جنيه فى الشهر إلى رفع المذيع معتز الدمرداش اجره من 7 الاف جنيه فى الحلقة إلى 10 آلاف جنيه وكذلك البرامج الإعلانية مثل ستار ميكر حيث كان يتقاضى خلاله المذيع أمير كراره 4 آلاف جنيه فى الحلقة.

وفى المقابل يأتي مذيعو التليفزيون المصري الأقل اجراً حيث يرتبطون بسقف رواتب لا يتجاوز راتبهم الفي جنيه فى الشهر مثل خالد لطيف فى قناة النيل الرياضية وكذلك المذيع أحمد جمال الذي أدى انتقاله إلى برنامج البيت بيتك إلى ارتفاع اجره إلى 5 آلاف جنيه فى الشهر.

وفى المقابل نجد نيرفانا إدريس التي تتقاضى اجر 7 آلاف جنيه فى الشهر وحسين الإمام 9 آلاف جنيه فى الشهر والشيخ خالد الجندي الذي يتقاضى 8 آلاف جنيه فى الشهر عن عمله كمقدم برامج دينية ورزان مغربي التي تقاضت 400 الف جنيه عن فترة مشاركتها فى تقديم بعض فقرات برنامج البيت بيتك.

واكدت المصادر أن مذيعي القنوات الفضائية سحبوا البساط من مذيعي البيت بيتك وهو ما أدى إلى عرضه على الفضائية المصرية واتجاه صاحبه للإنتاج الفني إلى جانب البرنامج لتعويض خسائره.

نظام محاسبي خاص بالفنانين :

ونظراً لارتفاع أجور الفنانين والمذيعين بشكل كبير، جاء أشرف العربي رئيس مصلحة الضرائب المصرية واكد فى شهر يناير ان" المصلحة تدرس استصدار نظام محاسبي خاص بالفنانين يسمح بخصم مصروفاتهم المرتبطة بعملهم كفنانين من الوعاء الضريبي".

وصرح ان ذلك جاء ضمن عدد من الأنظمة التي تدرسها المصلحة لمساعدة الفنانين على الالتزام الضريبي والتي من بينها التعامل مع الفنان ضريبياً على انه شركة أصولها تتمثل فى سيارته وملابسه بما يحل أهم مشاكل الفنانين مع الضرائب والمتمثلة فى زيادة مصروفاتهم مقابل إيراداتهم بينما لا تعترف مصلحة الضرائب بكل المصروفات المرتبطة بعملهم كفنانين - بحسب صحيفة المساء.

يشار إلى ان أواخر عام 2007 كان قد شهد إحالة 20 فناناً ومخرجاً ومؤلفاً إلى النيابة بتهمة التهرب الضريبي.أما فى عام 2008 فقد شهدنا الآتي:

ميرفت أمين:

قررت نيابة السيدة زينب فى شهر مايو حفظ البلاغ المقدم ضد ميرفت امين ضمن مجموعة من الفنانين والفنانات فى قضية التهرب الضريبي. جاء قرار النيابة بحفظ البلاغ لعدم ثبوت الواقعة بعد أن ظلت القضية التي تحمل رقم 7251 لسنة 2008 متداولة لشهور بدائرة قسم السيدة زينب.

راغب علامة:

بُرأت محكمة جنح التهرب الضريبي فى شهر أكتوبر المطرب راغب علامة من تهمة التهرب من الضرائب حيث وجدت ان نشاط المطرب الفني أساسه مدينة بيروت بلبنان وليس القاهرة.

كانت مصلحة الضرائب قد طالبت المطرب راغب صبحى علامة وشهرته (راغب علامة) بضرائب مستحقة عن نشاطه الفني فى مجالي التلحين والغناء أثناء ارتباطه مع شركة عالم الفن وطالبته الضرائب بمبلغ 975 الف جنيه إلا انه ثبت للمحكمة بأنه يشترط حتى يتم تحصيل ضرائب على المطرب أن يقيم بالقاهرة لمدة 183 يوماً متصلة او متقطعة خلال السنة الضريبية.

تم الاستعلام من مصحلة الضرائب، وتبين من مصلحة الجوازات بوجود المطرب فى مصر وتبين أنه خلال الفترة من 2000 إلى 2004 اقام المطرب فى القاهرة لمدة 67 يوماً فقط وبهذا لا تطبق عليه القواعد.

صلاح قبضايا رئيس تحرير جريدة" الأحرار":

قضت محكمة جنح التهرب الضريبي بإلزام الدكتور صلاح قبضايا رئيس تحرير جريدة" الأحرار "بسداد 600 الف و709 جنيهات لمصلحة الضرائب تمثل قيمة الضرائب المستحقة على دمغة الإعلانات بالجريدة وإلزامه بسداد تعويض مماثل لمصلحة الضرائب مع تغريمه 300 جنيه. وقالت المحكمة - فى حيثيات حكمها - إن الجريدة هي المسئولة عن سداد الضريبة باعتبارها مؤسسة صحفية وأن الحزب ليس هو المسئول عن سدادها.

الفيشاوي وحميد الشاعري :

قررت محكمة جنح التهرب الضريبي بإحالة المعارضة التي تقدم بها محام عن كل من الفنان فاروق الفيشاوي والمطرب حميد الشاعري فى الحكم الصادر ضدهما غيابياً لتهربهم من سداد الضرائب المستحقة عليهم وذلك إلى الخبير بمحكمة العدل لفحص الدعوتين وبيان حجم نشاط الفني لكل منهما ومقدار الضرائب المستحقة عليهما ونوع النشاط الفني الذي يقوم به.

كانت محكمة جنح التهرب الضريبي قد أصدرت أحكاماً فى شهر يونيو وعاقبت المحكمة كلاً من الفنان فاروق الفيشاوي بالحبس سنة وكفالة مالية 2000 جنيه لقيامه بالتهرب من السداد من دفع مبلغ 150 الف جنيه ضرائب عليه عن الأعمال التي يقوم بها باتحاد الإذاعة والتليفزيون.

كما عاقبت المحكمة الملحن والمطرب حميد الشاعري بالحبس لمدة عامين وكفالة 3 آلاف جنيه بعد قيامه بالتهرب من دفع الضرائب المستحقة عليه وهي مبلغ 530 الف جنيه عن نشاطه فى الغناء والتلحين من عام 90 حتى عام 2003.

رئيس مجلس إدارة صوت الأمة:

فى شهر ديسمبر، قررت محكمة جنح مستأنف التهرب الضريبي حجز الاستئناف المقدم من عصام إسماعيل فهمي رئيس مجلس إدارة جريدتي (صوت الأمة) و (الدستور) ضد الحكم الصادر من محكمة أول درجة بحبسه 3 سنوات وكفالة 6 آلاف جنيه فى قضية اتهامه بالامتناع عن سداد ضرائب مستحقة على جهات عمله ، للنطق بالحكم فى جلسة 3 يناير 2009.

ودفع الدفاع عن عصام فهمي ببطلان حكم محكمة اول درجة معتبراً أنه خالف عدداً من مواد قانون الإجراءات الجنائية والنصوص الدستورية مشيراً إلى ان محكمة اول درجة طبقت نصاً بأثر رجعي يشدد العقوبة ويرفعها من الغرامة إلى الحبس.

كما دفع بعدم الاختصاص المحلي لمن باشروا إجراءات الضبط القضائي ، وعدم دستورية قانون التمغة الضريبية الذي تم الاستناد إليه فى عقاب عصام فهمي.

وكانت نيابة التهرب الضريبي قد أحالت عصام إسماعيل فهمي إلى محكمة التهرب الضريبي بتهمة التهرب من سداد ضرائب تقدر بمبلغ 6 ملايين و300 الف جنيه مستحقة على جريدة صوت الأمة.

قضايا الخلع والطلاق:

"الخلع خير " هذا هو الشعار الذي رفعه عدد من المشاهير وخاصة بين أهل الفن ومذيعي الفضائيات خلال 2008. حيث شهدت محاكم الأسرة فى الفترة الأخيرة العديد من المشاكل الأسرية لأهل الشهرة والفن. واكدت الإحصائيات أن ما يقرب من نصف هذه الحالات لم تنته بشكل طبيعي ولم ترتض بمبدأ أن" الصلح خير "، قد أصر أطراف هذه القضايا على أبغض الحلال وتبادلوا ضد بعضهم البعض قضايا الخلع والنسب والنفقة ومؤخر الصداق .

بطل المصارعة ممدوح فرج :

تبودلت الاتهامات فى الدعاوى القضائية المقامة بين بطل المصارعة فى مصر والمذيع بإحدى القنوات الرياضية" ممدوح فرج "ومطلقته" رشا "بعد

رفضه الاعتراف بابنه وإنكاره بأن هناك حملاً كما اقام دعوى يتهمها فيه بالبلاغ الكاذب وكانت القضية منظورة امام محكمة أسرة باب الشعرية.

خلع هنا شيحة:

حصلت الفنانة هنا شيحة فى 28 مايو على حريتها وذلك بعد أن قضت محكمة الأسرة بقصر النيل بخلعها من زوجها مهندس الديكور فوزي العوامري وذلك بعد رفضها كل محاولات الصلح مبررة هذا بكثرة المشاكل والمشاحنات بسبب غيرة زوجها الشديدة بسبب عملها الفني.

مذيعة الفضائيات رشا سليمان:

أقامت مذيعة الفضائيات رشا سليمان دعوى قضائية ضد طليقها رجل الأعمال محمود خليل . واللذان جمعهما زواج استمر أكثر من خمس سنوات أثمر عن صغيرين وانتهت حياتهما الزوجية بالطلاق . تطلب فيها انتظامه بدفع النفقة ، وكانت القضية منظورة أمام محكمة أسرة النزهة.

كان الزوج قد فرض على نفسه مبلغ 7 آلاف جنيه شهرياً نفقة للصغار وبعد عامين التزم فيهما بدفع المبلغ توقف فجأة، فأقامت المذيعة الدعوى ضده.

الفنانة سوار:

فى 15 مارس 2008 ، كانت المحكمة قد بدأت النظر فى دعوى الخلع المقدمة من الفنانة سوار ضد زوجها ووالد ابنتهما لينا والتي كانت تبلغ من العمر وقتها ثلاث سنوات.

وكانت سوار قد أكدت فى دعواها أنها انفصلت فعلياً عن زوجها قبل إقامتها لدعوى الخلع بأربعة شهور كاملة دون أن يتم الطلاق بسبب رفض الزوج

إعطاءها ورقة الطلاق مما دفعها للجوء إلى رفع دعوى الخلع ضد زوجها الذي يرفض تطليقها فى هدوء. على حد قولها..

وأضافت بأن السبب الذي دفعها للجوء للقضاء هو عدم وجود تفاهم بينها وبين زوجها فطلبت منه الانفصال فى هدوء إلا أنه رفض فوجدت. كما تقول. أن اللجوء للمحكمة هو الحل الوحيد.

طلاق انغام :

كانت انغام قد حصلت اخيراً فى 29 مايو على حكم محكمة لصالحها بعد خلافات ومشاكل ومشاحنات استمرت نحو العام حتى قضت محكمة الأسرة بمصر الجديدة بخلعها وتنفيذ رغبتها وذلك بعد قولها للعبارة الشهيرة أنها تخشى الا تقيم حدود الله وذلك لكثرة الخلافات مع زوجها بسبب غيرته الشديدة من نجاحها الفني. كما تقول..

وتنازلت أنغام عن كل حقوقها المادية بعد رد المهر، كما رفضت المحكمة الدفع بصورية مقدم الصداق الذي ردته انغام ويبلغ 20 ديناراً كويتياً حيث لم يقدم الزوج اي دليل على أنه دفع لها. كما يقول. 1.5 مليون جنيه مهراً.

فسخ عقد زواج دوللي شاهين:

قررت محكمة الأسرة بالأسكندرية فى شهر نوفمبر فسخ عقد زواج المطربة دوللي شاهين من زوجها بعد ان قامت بإشهار إسلامها عام 2006. كانت المحكمة قد استدعت دوللي التي أكدت أنها تزوجت وهي مسيحية الديانة على المذهب الكاثوليكي. وقدمت للمحكمة وثيقة إشهار إسلامها من الأزهر الشريف.

كانت كل المحاولات التي قام بها اقارب وأصدقاء الفنانة دوللي شاهين

وكذلك اصدقاء زوجها اللبناني ساس سليم قد فشلت بهدف إقناعها بالتنازل عن الدعوى القضائية التي قامت برفعها امام محكمة الرمل بالأسكندرية تطالب فيها بفسخ عقد زواجها من زوجها على ان يتم حل الموضوع بشكل ودي.

اصرت دوللي على الاستمرار فى دعواها، وأكدت لأقاربها وأصدقائها الذين حضروا من بيروت خصيصاً لهذا الغرض دون غيره أنها سعت طيلة الشهور الماضية لإنهاء الموضوع ودياً ولكن دون جدوى وهذا ما دفعها للجوء للقضاء للمطالبة بفسخ عقد زواجها بهذا الشكل وعن طريق المحكمة.

أكدت دوللي شاهين . اسمها بالكامل هو دوللي جوزيف شاهين . فى صحيفة دعواها أنها تزوجت من اللبناني ساس سليم كليب عام 2001 وكانت وقتها . كما تقول . تعتنق الديانة المسيحية الكاثوليكية بينما زوجها يعتنق الديانة المارونية ثم قامت فى عام 2006 عقب حضورها للقاهرة بإشهار إسلامها بمشيخة الأزهر الشريف.

ومن ثم فإن استمرار الزواج بهذا الشكل يعد باطلاً ومخالفاً للشريعة الإسلامية وبناء عليه تطالب بفسخ عقد الزواج.

نفقة الفنانة انتصار:

وفى نفس الشهر، قررت محكمة الأسرة بمدينة نصر حبس ضابط شرطة طليق الفنانة انتصار عبد الباسط 30 يوماً بسبب امتناعه عن دفع مبلغ 7315 جنيهاً نظير نفقة صغار واجر خادم وأجر مسكن للفنانة.

كما قررت المحكمة إلزام ضابط الشرطة بدفع مؤخر صداق لطليقته 5 آلاف جنيه و300 جنيه نفقة متعة. كانت الفنانة انتصار عبد الباسط قد اقامت دعوى ضد طليقها ضابط شرطة والتي تطالبه فيها بدفع مؤخر صداق.

وأكدت الفنانة فى دعواها انها تزوجت من طليقها عام 2001 و اطلقها عام 2008 واقامت دعواها ضده وطالبته بدفع مؤخر صداق 5 آلاف جنيه ونفقة متعة لتضررها من ذلك.

أحمد الفيشاوي:

وفى ديسمبر، ألزمت محكمة الأسرة بمصر الجديدة الممثل الشاب أحمد الفيشاوي بدفع مبلغ 200 الف جنيه مؤخر صداق إلى طليقته وسام عاطف بعد نظر الدعوى لمدة عام فى المحكمة.

كانت طليقة الفيشاوي قد اقامت دعوى مؤخر صداق ضد طليقها الممثل الشاب أحمد الفيشاوي وطالبت وسام عاطف بمؤخر صداق قدره 200 الف جنيه بعد أن طلقها الفيشاوى إثر زواجهما الذي استمر نحو شهرين فى حين يؤكد أحمد الفيشاوي أن قيمة مؤخر الصداق الذي سبق الاتفاق عليه 20 الف جنيه فقط.

قضايا السرقة والنصب:

فيلا وزير العدل:

قام 6 أشخاص . تم القبض عليهم . قاموا بكسر باب فيلا وزير العدل المستشار ممدوح مرعي وسرقة تليفزيونين وجهازي ريسيفر وثلاجة وديب فريزر ونجف ومفروشات من الفيلا فى حين أخفى 4 من المتهمين المسروقات.

وكان مدير أمن الإسكندرية اللواء عبد المجيد سليم قد تلقى بلاغاً بقيام عدد من المتهمين بسرقة فيلا وزير العدل الكائنة بمنطقة الكينج بثان العامرية غرب الإسكندرية.

خادمة الموسيقار نصير شمه:

القت مباحث الجيزة القبض فى ديسمبر على خادمة الموسيقار نصير شمة بعد ان تمكن الثاني من ضبطها متلبسة بسرقة مشغولات ذهبية من دولاب غرفة نوم زوجته.

كانت أجهزة الأمن قد تلقت بلاغاً من الموسيقار نصير شمة بأنه فوجئ اثناء دخوله غرفة نوم زوجته بشغالته النيجيرية الجنسية (25 سنة) تقوم بسرقة كمية من المشغولات الذهبية الخاصة بزوجته، وبعد أن قام بتفتيشها عثر معها على مبلغ مالي. تبين ان الخادمة . التي اعترفت بارتكابها الجريمة . تعمل لدى الموسيقار منذ شهر ونصف، تم تفتيش غرفتها فعثر على تحف ومبالغ مالية.

مقتل موجه بالتربية والتعليم لسرقته بالإكراه:

وفى سبتمبر، تمكنت الأجهزة الأمنية بمحافظة جنوب سيناء من كشف غموض مقتل موجه بالتربية والتعليم تم العثور على جثته ملقاة خلف مخزن للبوتاجاز فى مدينة أبو زنيمة وبها عدة طعنات بالصدر.

وكان اللواء هارون حسن مدير أمن جنوب سيناء قد تلقى بلاغاً بمصرع صلاح الدين محمد احمد "54 عاماً " فى ظروف غامضة ، فأصدر أوامره بالتحري عن ظروف الواقعة وكشف الفاعل.

توصلت التحريات إلى أن احد بدو المنطقة قام بقتل المجني عليه بغرض السرقة وبعدها استولى على هاتفه المحمول وسيارته وتوجه إلى الجبل فقام فريق البحث بالاستعانة بقصاص أثر وتحديد مكان الجاني والقبض عليه.

النصب على الفنانة داليا البحيري :

كانت المحكمة قد قررت تأجيل نظر الدعوى القضائية المقدمة من الفنانة داليا البحيرى ضد صاحب معرض سيارات للنصب عليها وعدم إصدار فاتورة بيع سيارة بالقيمة الحقيقية.

كان مصيلحي محمد المحامي بصفته وكيلاً عن الفنانة داليا البحيري قد تقدم ببلاغ إلى مباحث مصر الجديدة قرر فيه بأن وكيلته قد قامت فى 2007 بشراء سيارة نيسان مورانو بمبلغ 535 الف جنيه من معرض سيارات وقامت بتقديم الإقرار الضريبي.

وكانت مصلحة الضرائب قد طلبت فاتورة شراء السيارة.. فتوجهت إلى صاحب معرض السيارات والذي قرر تسليمها فاتورة صادرة عن الشركة المستوردة للسيارة بمبلغ 460 الف جنيه فقط بشرط أن تدفع الفنانة 4600 جنيه نسبة 1٪ لصالح الشركة المستوردة.

وعندما استفسر المحامي من الشركة عن سبب تحصيل النقود.. نفى المسئولون بالشركة استحقاقهم أو طلبهم أي اموال.. وأكدوا أنهم استخرجوا فاتورة صورة طبق الأصل وأعطوها لصاحب المعرض لتسليمها للفنانة بدون أي مقابل باستدعاء صاحب المعرض أنكر صحة الواقعة وقرر أن دوره اقتصر فقط على كونه وسيطًا بالعمولة لإتمام عملية الشراء.

إلا أن المحامي فاجأه وقدم إيصالات سداد قيمة السيارة بمبلغ 535 الف جنيه لصالح الفنانة وباسم معرض السيارات.

كما اكدت التحريات صحة الواقعة وقيام صاحب المعرض ببيع السيارة لها وحصوله على 535 الف جنيه ثمناً للسيارة.

المخرج طارق النهري ودعوى النصب :

وفي اكتوبر، علم محرر مصراوي أن محكمة جنح مصر القديمة قررت رفض دعوى النصب المتهم فيها المخرج طارق النهري و3 آخرين المتهمين بالنصب على 14 مواطناً والاستيلاء منهم على مبلغ 840 الف جنيه مقابل تسفيرهم إلى الخارج وذلك لسابقة الفصل فيها وإخلاء سبيل المتهمين.

وكان المتهمون قد استولوا على المبلغ من عدد من الشباب مقابل وعدهم بتسفيرهم للخارج عبر ضمهم للفرقة الموسيقية التابعة للمطرب مصطفى كامل إلا انهم لم يقوموا بتنفيذ الوعد فحرر المجني عليهم ضدهم بلاغات للشرطة وأقاموا دعوى نصب ضدهم.

يذكر أن محكمة جنح بولاق أبوالعلا كانت قد قضت فى شهر مايو بحبس المخرج طارق النهري 3 سنوات مع الشغل وكفالة 10 آلاف جنيه لإيقاف التنفيذ فى قضية النصب على 15 شاباً بالحصول منهم على مليون جنيه مقابل تسفيرهم للخارج.

وادعى النهري قدرته على تسفيرهم إلى سويسرا حيث يقوم بتصوير عمل فني هناك وتسفيرهم أيضاً إلى انجلترا كأعضاء فى الفرقة الموسيقية التابعة للفنانة نادية مصطفى وزوجها أركان فؤاد.

قضايا المخدرات:

جورج وسوف:

أعلنت شرطة ستوكهولم فى شهر نوفمبر، أنها ألقت القبض على المطرب اللبناني جورج وسوف بتهمة حيازة المخدرات. وأفاد موقع صحيفة

"افتونبلاديت ". وقتها . انه عثر بحوزة وسوف 46" عاماً "على 30 جراماً من الكوكايين عند توقيفه. وأوضح الشرطي أن المغني لم يتهم رسمياً.

شعبان عبد الرحيم :

وفى شهر ديسمبر، استقبل مستشفى الهرم المطرب الشعبي شعبان عبدالرحيم فى حالة إعياء شديدة وتم إدخاله قسم الرعاية المركزة وإجراء التحاليل اللازمة له.

وذكر مصدر امني مسئول بمديرية امن الجيزة أن المستشفى قامت بإبلاغ الأجهزة الأمنية بأن نتيجة التحاليل للمطرب الشعبي أظهرت وجود نسبة كبيرة من مخدر فى الدم وهو المتسبب فى حالة الإعياء الشديدة التي كان عليها.

ومازالت التحقيقات مستمرة فى هذه القضية ولم يتم التأكد بعد هل يحتوي دم شعبان عبد الرحيم على مخدر أم لا ؟

قضايا متنوعة :

حبس طليقة إيمان البحر درويش :

قضت محكمة جنح الدقي فى شهر مارس بمعاقبة المذيعة التليفزيونية نيرفانا مطلقة الفنان إيمان البحر درويش بالحبس سنتين مع الشغل وكفالة الفان جنيه وتعويض مدني مؤقت قدرة 2001 جنية لاتهامها بتحرير شيك بدون رصيد له.

كان رئيس نيابة الدقي قد تلقى بلاغاً من الفنان إيمان البحر درويش يتهم فيه مطلقته المذيعة نيرفانا بتحرير شيك له بدون رصيد بقيمة مبلغ 500 الف جنية مسحوب على البنك المصري الأمريكي وعندما توجه الفنان إلى البنك لصرفة تبين عدم وجود رصيد له.

وتم إحالة المتهمة للمحاكمة بتهمة تحرير شيك بدون رصيد فقضت المحكمة بحكمها السابق.

وقررت المحكمة أيضاً فى شهر نوفمبر تأجيل النطق بالحكم فى الدعوى المقامة من المطرب إيمان البحر درويش ضد مطلقته والتي يطالبها فيها برد الشقة التي كانا يقيمان فيها أثناء زواجهما للرد على الدافع المبدئي من المتهمة.

جاء فى الدعوى أن المطرب خلال فترة زواجه من نيرفانا قام بكتابة عقد بيع الشقة لها وعندما دبت الخلافات بينهما وانتهت بالطلاق طالبها برد الشقة وقدم للمحكمة عقداً يحمل توقيع مطلقته للتنازل عن الشقة.وكان دفاع نيرفانا قد قام بالشك فى صحة توقيع موكلته على العقد .

بلاغ ضد غادة عبد الرازق:

وفى شهر مارس أيضاً، تقدم إبراهيم السيد حطب 42 سنة . منتج ببلاغ إلى مأمور قسم العامرية أول لاتخاذ الإجراءات القانونية ضد الفنانة غادة عبد الرازق 45"سنة "لتسببها فى تعطيل تصوير مسلسل تليفزيوني مما أدى إلى تعرضه للخسائر المادية.

كان منتج شركة صوت القاهرة للصوتيات والمرئيات قد قام بالتعاقد مع الفنانة غادة إبراهيم عبد الرازق لتصوير مسلسل تليفزيوني و هو (فى طريق الخوف) والذي كان مقرراً تصويره فى 21 مارس بمنطقة العجمي وشاطىء النخيل و6 اكتوبر لعرضه فى رمضان حيث لم تلتزم الفنانة بالحضور فى مواعيد التصوير مما تسبب فى تعرضه للخسائر المادية.

طبيب مشهور قتل تاجراً ومزق جثته :

القت مباحث القاهرة فى شهر سبتمبر على الأستاذ الجامعي محمد احمد محمد محمد غريب (58 سنه) وهو طبيب جراح باطني شهير لاتهامه بقتل تاجر الأدوات الكهربائية محمد مختار محمد 47 سنة من عين شمس بمشاركة ممرض يعمل مع الطبيب فى عيادته ويدعى محمد إبراهيم ومقيم بمنشية ناصر.

كانت أجهزة الأمن بالقاهرة قد عثرت على كيس بلاستيك أسود بداخله راس آدمية وكفين وذراعين وكيس آخر بداخله بنطلون وقميص وحذاء وذلك بمنطقة كوبري فم الخليج.

تبين من معاينة الجثة انها مقطعة بمنشار وأن مرتكب الجريمة أشعل النار فى الجثة لإخفاء معالم الجثة تماماً وتبين أن المتهم قام بدهس الجثة بالسيارة.

وقد لاقى رجال المباحث بالقاهرة صعوبة بالغة فى التعرف على الجثة بعد أن تم إعادة بناء وجه المجني عليه وتوصلت التحريات أن الجثة لمحمد مختار محمد حسن (47 سنة) تاجر ادوات كهربائية وان اسرته ابلغت بغيابه منذ ايام .. وأن وراء ارتكاب الجريمة طبيب وله 3 عيادات بمصر الجديدة وشارع عبد الخالق ثروت والمهندسين وذلك بمساعدة ممرض يعمل لديه.

تبين من التحريات أن سبب ارتكاب الجريمة هو الانتقام من المجني عليه بعد ان حصل من الطبيب على مبلغ 170 الف جنيه لاستثمارها فى تجارة الأدوات الكهربائية ولكن المجني عليه تعثر ورفض رد المبلغ للطبيب ولكنه نجح فى الحصول على أحكام بالحبس على المتهم فدفع له مبلغ 70 الف جنيه وطلب منه تقسيط الباقي إلا أن الطبيب قرر الانتقام من التاجر.

مخرج تليفزيوني يقتل زوجته :

مخرج تليفزيوني يقتل زوجته الهولندية ويشعل فى الجثة النيران وفى اكتوبر، أمرت نيابة جنوب الجيزة بحبس المخرج التليفزيوني قاتل زوجته بشقتهما بالعمرانية بعد أن القت المباحث القبض عليه داخل مسجد السيدة نفيسة.

ادلى المتهم نور الدين محمود سلام (42 سنة) باعترافات مثيرة أمام النيابة وقال إنه تزوج المجني عليها منذ عامين وأنه فى الفترة الأخيرة كان دائم التشاجر مع زوجته بسبب استمراره فى تناول الخمور وانه يوم الحادث نشبت بينهما مشادة كلامية بعد عودته إلى المنزل فى حالة سكر تام وأن زوجته ظلت تسبه بالألفاظ النابية فتوجه إلى المطبخ واستل سكيناً وظل يطعنها حتى فقدت حياتها وسكب عليها كمية من (السبرتو) وأشعل فيها النار.

بدات احداث الواقعة عندما تلقت أجهزة الأمن بالجيزة بلاغاً بمقتل انت كارولين (48 سنة) . هولندية الجنسية داخل شقتها بالعمرانية حيث قام القاتل بإشعال النيران داخل الشقة وكذلك الجثة لإخفاء معالم الجريمة. امر اللواء علي السبكي مدير الإدارة العامة لمباحث الجيزة بتشكيل فريق بحث لكشف غموض الجريمة والقبض على القاتل.

تبين ان القتيلة متزوجة من المخرج والذي يصغرها بثماني سنوات منذ عامين وكانت الخلافات بينهما كثيرة بسبب اعتياد المخرج شرب الخمر والعودة للمنزل فى أوقات متأخرة من الليل فى حين انها لا تشرب الخمور.

واضاف المتهم بأنه ارتكب جريمته فى لحظة غضب لأن القتيلة استفزته فلم يجد سوي السكين لإسكاتها والخلاص منها وكثرة مشاجراتها معه ولما وجدها غارقة فى دمائها اشعل النيران فى جثتها وترك الشقة وفر هاربا.

رجل أعمال هارب :

رجل الأعمال هاني فاروق الهارب من تنفيذ 25 حكماً قضائياً وفى ديسمبر، تمكنت الأجهزة الأمنية بمديرية أمن الجيزة من إلقاء القبض على رجل اعمال شهير هارب من تنفيذ 25 حكماً قضائياً بإجمالي 113 سنة حبس.

وكان اللواء محسن حفظى مساعد وزير الداخلية لمنطقة الجيزة مدير أمن الجيزة قد وجه بضرورة تكثيف الجهود لتنفيذ الأحكام القضائية المتنوعة لما فى ذلك من اثر كبير على تحقيق الأمن والاستقرار والحفاظ على هيبة القانون خاصة الأحكام وشيكة السقوط.

وقد اسفرت جهود ضباط الإدارة العامة لمباحث الجيزة عن ضبط رجال الأعمال الشهير هاني فاروق حافظ 47" سنة " والهارب من تنفيذ 113 سنة حبس وكفالة 480 الف جنيه فى 25 قضية تبديد .

قضايا القتل:

مقتل الفنانة اللبنانية سوزان تميم:

وتعود وقائع القضية إلى تاريخ شهر يوليو المتهم فيها رجل الأعمال هشام طلعت مصطفى وضابط أمن الدولة السابق محسن السكري إلى محكمة جنايات القاهرة لمحاكمتهما فى واقعة قتل المطربة اللبنانية سوزان تميم فى دبي.

وكانت النيابة العامة قد أصدرت قراراً بحظر النشر فى القضية استناداً لسلطاتها المقررة قانوناً لما يمكن أن يقع من تأثير من خلال التغطيات الإعلامية والصحفية على مسار التحقيق وحياده ، وصوناً لمبادئ الشرعية وحقوق الإنسان. ومازالت القضية خلف أسوار المحاكم.

وفى شهر مايو 2009 تم النطق بالحكم على المتهمين فى قضية مقتل سوزان تميم بالإعدام شنقاً .

ابنة ليلى غفران:

ونحن على اعتاب نهاية 2008، فاجأتنا الصحف ووسائل الإعلام المختلفة بمقتل هبة العقاد ابنة المطربة المغربية" ليلى غفران "وصديقة الأولى نادين.

وكانت الأجهزة الأمنية قد عثرت على جثتي كلٌ من نجلة الفنانة ليلى غفران وتدعى هبة إبراهيم العقاد (23 سنة) وصديقتها نادين خالد جمال إبراهيم (23 سنة) غارقتين فى بركة من الدماء وبهما آثار طعنات انتقامية فى الصدر والبطن مع وجود بعثرة بمحتويات الشقة وبقايا خمور ومشروبات روحية داخل شقة بمدينة الشيخ زايد.

وقامت نيابة 6 أكتوبر بإجراء معاينة تصويرية للفيلا التي عثر بداخلها على الجثتين وكشفت معاينة النيابة وجود دماء للجثتين فى أماكن متفرقة بداخل أرجاء الفيلا الكائنة بمدينة الشيخ زايد والمكونة من 3 غرف وصالة إلى جانب وجود آثار للدماء على ستائر الشقة والشبابيك. وتم اكتشاف الجريمة وقتها إثر اتصال هاتفي من هبة العقاد لزوجها أبلغته فيه بتعرضها هي وصديقتها لطعنات بالسكين فتوجه على الفور إلى الفيلا فوجد

نادين فارقت الحياة بينما حاول إنقاذ حياة هبة، حيث قام بنقلها إلى مستشفى دار الفؤاد حيث فارقت الحياة قبل لحظات من إجراء عملية جراحية لها لمحاولة إنقاذ حياتها.

وفى شهر يونيو 2009 تم الحكم على المتهم فى قضية مقتل هبة ونادين بالإعدام وصدق على ذلك فضيلة مفتى الجمهورية .

فتيات الهوى مع لاعبى المنتخب المصرى فى كأس القارات :

نفى تهم "فتيات الهوى" عن لاعبي المنتخب المصري وشرطة جنوب أفريقيا تبحث عن اللصوص الحقيقيين

بعد الاتهامات التي وجهت للاعبي المنتخب المصري من بعض وسائل الاعلام يوم 22 يونيو 2009 ، ومن مقدم برنامج (القاهرة اليوم)استناداً لما اوردته إحدى الصحف الجنوب إفريقية عقد رئيس الاتحاد المصري سمير زاهر ورئيس اللجنة المنظمة لبطولة كأس القارات داني جورادن مؤتمراً صحفياً حيث أكد حقيقة التهم التي وجهت لبعض لاعبي المنتخب المصري ونفيها تماماً ، مؤكدين أن محاضر الشرطة لم تتضمن ما تناولته الصحافة الجنوب إفريقية عن بنات الليل وان 5 لاعبين مصريين تعرضوا للسرقة بعد المباراة التي جمعت المنتخب المصري بالفريق الايطالي ونفى احتمالهم بمعية عاهرات نصبْنَ عليهم وسرقن بعض مقتنياتهم .وأوضح "جوردان فى نفس المؤتمر أن الشرطة تبحث عن اربعة أشخاص يعتقد فى تورطهم فى جريمة السرقة.

من ناحية أخرى طالب اللاعبون بمقاضاة الجهات الإعلامية التي وجهت الاتهامات أو تقديم براهين أو الاعتذار الكامل عما نُشِر أو سيتم رفع دعوى قضائية ضد الوسائل الإعلامية فى البلدين .

المراجع و المصادر

- محمد بهجت كشك : العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية،1998
- محمد منير حجاب : أساسيات الراي العام، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2 ، القاهرة، 2000
- جمال مجاهد: الراي العام وقياسه، دار المعرفة الجامعية، الأزاريطة،2006
- حسين عبد الحميد أحمد رشوان: العلاقات العامة والإعلام، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1997
- صلاح خليل أبو أصبع: الاتصال الجماهيري ، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1 ، الأردن، 1999
- عبد السميع غريب غريب: الاتصال والعلاقات العامة فى المجتمع الحديث، مؤسسة الجامعة ، 1996
- الموسوعة الحرة ويكيبيديا
- (الإعلام فى العصر الحديث ودوره فى تبليغ الدعوة الإسلامية)– تأليف د/ محمد متولي – الكويت – مكتبة ابن تيمية ط 1 سنة 1416هـ.
- (الإعلام والاتصال بالجماهير) تأليف د/ سمير حسين – القاهرة – عالم الكتب سنة 1984.
- (الإنسان والتفكير الإيجابي) تأليف د/ عيسي الملا – ط1 سنة 1414 هـ.
- (البرمجة اللغوية العصبية وفن الاتصال اللامحدود) تأليف د/ إبراهيم الفقي – المركز الكندي للبرمجة اللغوية العصبية سنة 2001.
- (الإسلام والاستبداد السياسي) تأليف الشيخ/ محمد الغزالي.

- ابو الحسن سلام، الإرهاب فى وسائل الإعلام والمسرح، الجزء الثاني، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2005.
- سعد عبد الرحمان، السلوك الإنساني، تحليل وقياس المتغيرات، مكتبة القاهرة الحديثة، 1971. 475
- عبد العزيز عزت، السلطة فى المجتمع، القاهرة، 1947،ص 63- 73 مأخوذ عن د.احمد خشاب، الضبط الاجتماعي أسس النظرية وتطبيقاته العملية، مكتبة القاهرة الحديثة.ط 1968
- د.عبد المعطي محمد عساف، مقدمة إلى علم السياسة، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان الأردن، ط 2. 1987 .
- د.كمال المنوفى، الرأي العام(تعريف). فى موسوعة العلوم السياسية.
- قحطان أحمد سليمان الحمداني، الأساس فى العلوم السياسية، دار مجدلاري للنشر والتوزيع، ط 1. 2004 .
- د.عصام سليمان موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، أربد المملكة الأردنية الهاشمية، مكتبة الكتاني، 1986.
- الرأي العام فى التراث القديم، د.رمزي طه الشاعر، النظم السياسية والقانون الدستوري، جزء الأول، مطبعة جامعة عين الشمس القاهرة 1977.
- د.محمود عكاشة، تاريخ الحكم فى الإسلام، دراسة فى مفهوم الحكم وتطوره، مؤسسة المختار للنشر والتوزيع القاهرة، ط1- 2002.
- د.سعيد خمري، محاضرات فى تاريخ الفكر السياسي(2)، القيت على طلبة الفصل الخامس، تخصص قانون عام، السنة الجامعية 2006.2005، الكلية المتعددة التخصصات.

المراجع الأجنبية :

- AL Fred De Grazia, the Elements of political science. A. Knapf. 1952 .P126. : IRISH Marian. D. And
- Prothro James w.the policies of AMerican Democrary, prentice Hall inc ,NJ.1965.P:136.
- Floyd AL part » Towards a Science of public opinion, » quarterly Vol. I No,1.P.23.
- Palmer. Paul . A the concept of public opinion in political theory, Cambridge, Mass havard university, press. 1936

الفهرس


مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع
7 علام حسين-ميدان الظاهر-القاهرة
ت: 27867198 - 27876470 فاكس:27876471
محمول: 0191848808 /0103450041 / 0106242622
E-mail:TIBA_ONLINE@hotmail.com